

УДК 338.45:339.1

ББК 65.422.1

С 95

Авторы: Т. Н. Сыроед, канд. экон. наук, профессор (темы 1, 3, 9, 10);  
А. З. Коробкин, канд. экон. наук, доцент (введение, темы 1, 2, 5–8);  
Н. А. Сныткова, канд. экон. наук, доцент (темы 1, 4, 9, 10)

Рецензенты: В. А. Михарева, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой профессиональной переподготовки Гомельского государственного технического университета им. П. О. Сухого;  
С. Н. Лебедева, д-р экон. наук, профессор, ректор Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Рекомендовано научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Протокол № 1 от 11 октября 2016 г.

**Сыроед, Т. Н.**

С 95

Экономика организации торговли : пособие для реализации содержания образовательных программ высшего образования I ступени и переподготовки руководящих работников и специалистов. В 2 ч. Ч. 1 / Т. Н. Сыроед, А. З. Коробкин, Н. А. Сныткова ; под общ. ред. А. З. Коробкина. – 2-е изд., испр. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2018. – 276 с.

ISBN 978-985-540-461-4

Пособие предназначено для лиц, осваивающих образовательные программы переподготовки руководящих работников и специалистов по специальностям 1-26 02 76 «Маркетинг», 1-26 01 76 «Управление персоналом», 1-25 01 75 «Экономика и управление на предприятии промышленности», 1-21 06 74 «Современный иностранный язык (экономическая деятельность)», 1-24 01 71 «Правоведение», 1-24 01 72 «Экономическое право», 1-25 02 71 «Финансы», 1-26 02 85 «Логистика», 1-25 03 71 «Бухгалтерский учет и контроль в банках», 1-25 03 75 «Бухгалтерский учет и контроль в промышленности», студентов специальностей 1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство», 1-26 02 02 «Маркетинг», 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» (специализаций 1-25 01 07 06 «Экономика и управление на предприятии потребительской кооперации», 1-25 01 07 05 «Экономика и управление на предприятии торговли»), 1-26 02 02 «Менеджмент», 1-25 01 03 «Мировая экономика», 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», а также руководителей и специалистов торговых организаций.

УДК 338.45:339.1

ББК 65.422.1

ISBN 978-985-540-461-4 (ч. 1)

ISBN 978-985-540-463-8

© Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2018

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В связи с развитием рыночных отношений в сферах деятельности субъектов хозяйствования существенно возрастают требования к экономическим знаниям молодых специалистов – будущих руководителей и специалистов органов государственного управления и организаций, которые должны обладать новым типом экономического мышления и уметь принимать самостоятельные эффективные решения на основе анализа и оценки текущей и перспективной экономической ситуации.

Экономика организации торговли как наука изучает объективные и частные закономерности экономического состояния и развития торговых организаций, формы проявления и использования экономических законов в их деятельности, частных закономерностей их развития, путей и способов эффективной реализации необходимых потребителям товаров и услуг.

Например, закон стоимости в организации действует через такие экономические рычаги, как цена и себестоимость, прибыль и рентабельность, заработная плата и материальное стимулирование, коммерческий расчет и др.

Теоретической и методологической базами экономики организации торговли как науки и учебной дисциплины являются экономическая теория, которая изучает общественное производство в целом, формы проявления и механизм действия экономических законов в условиях рыночной экономики.

В соответствии с отраслевой спецификой университета учебная дисциплина «Экономика организации торговли» представляет собой научную экономическую дисциплину, которая исследует процессы и явления в состоянии и развитии организаций торговли.

Цель изучения учебной дисциплины – усвоение слушателями и студентами теоретических основ экономики организаций торговли, а также приобретение практических навыков анализа и планирования ее объемов деятельности, экономических ресурсов и финансовых результатов.

К задачам учебной дисциплины «Экономика организации торговли» можно отнести:

- изучение экономического механизма функционирования организации торговли;
- освоение методик планово-экономических расчетов;
- приобретение навыков оценки экономической эффективности инвестиционных проектов и деятельности организации в целом;

- изучение способов повышения конкурентоспособности организации;

- умение выбирать правильную экономическую стратегию и тактику поведения организации в постоянно изменяющейся рыночной среде, самостоятельно принимать решения, затрагивающие различные аспекты финансово-хозяйственной деятельности организации.

Учебная дисциплина «Экономика организации торговли» является самостоятельной и выделяет свою специфику через *предмет и метод*. Предмет выражает отраслевой аспект дисциплины (торговля), кроме этого, выражается как прикладная наука, так как рассматривает только некоторые процессы и явления, которые непосредственно связаны с деятельностью организации на рынке.

Таким образом, предметом учебной дисциплины являются экономические отношения, преобразованные в конкретные виды хозяйственной деятельности, возникающие в рамках функционирования торговой организации на рынке. Экономика организации отрасли изучает механизм действующих экономических законов по отношению к организации, проблемы удовлетворения спроса населения, возможности баланса между спросом и предложениям на рынке.

Метод учебной дисциплины представляет собой систему общенаучных способов исследования явлений и процессов, протекающих в торговле. Основными из них являются диалектический и исторический материализм. Это означает, что все изучаемые явления и процессы в экономике конкретной организации рассматриваются в тесной взаимосвязи, логической и исторической обусловленности. Экономика организации торговли широко использует методы программного, целевого системного и комплексного подхода к изучению процессов и явлений.

Важным методом является количественный и качественный анализ деятельности организации и прогноз на их основе отдельных показателей работы организации.

В экономике организации широкое применение получили такие статистические методы, как средние, относительные и абсолютные величины, сравнение, сводка, группировка, а также индексный метод. В настоящее время при прогнозировании большое значение приобретает экономико-математическое моделирование.

*Место учебной дисциплины «Экономика организации торговли» в системе экономических дисциплин.* В условиях инновационной экономики и рыночной конкуренции существенно возрастает роль не только общеэкономических знаний, но и специальных знаний в области экономического анализа и прогнозирования показателей хозяй-

ственной деятельности организации, ее ресурсных возможностей, доходов и расходов, составления и обоснования бизнес-плана, экономических решений, оценки рисков. Поэтому экономика организации торговли является одной из профилирующих специальных дисциплин для студентов и слушателей экономических специальностей.

Данная дисциплина связана с рядом других дисциплин, которые подразделяются на два блока – общеэкономические и специальные.

Общеэкономические дисциплины изучают законы функционирования рынка в мировой и национальной экономиках. К ним относятся экономическая теория, национальная экономика Республики Беларусь, микроэкономика, макроэкономика, мировая экономика, а также статистика, которые являются основой для изучения экономики организации.

Специальные дисциплины взаимосвязаны с изучением экономики организации. К ним относятся финансы и финансовый рынок, коммерческая деятельность, основы менеджмента, маркетинг, бухгалтерский учет и др.

*Библиография дисциплины.* Библиография дисциплины представляет собой перечень литературных источников для изучения данной дисциплины. Библиография подразделяется на два блока:

1. Нормативно-правовая документация.
2. Учебно-методическая литература.

Нормативно-правовая документация представляет собой законодательные акты Республики Беларусь, касающиеся регулирования деятельности организации по вопросам собственности, ценообразования, налогообложения, кредитного регулирования, оплаты труда. Это указы и декреты Президента Республики Беларусь, постановления Совета Министров Республики Беларусь, приказы и постановления министерств и ведомств (Министерства экономики, Министерства финансов, Министерства труда и социальной защиты населения, Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, Национального статистического комитета Республики Беларусь, Белкоопсоюза).

К учебно-методической литературе относятся учебники, учебные пособия, учебные наглядные пособия, практикумы, курсы лекций по вопросам изучения экономики торговли и торговых организаций.

## **Раздел I. ТОРГОВЛЯ И ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**

### **Тема 1. ТОРГОВЛЯ В СИСТЕМЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

#### **1.1. Понятие и значение торговли**

Для успешного решения экономических и социальных задач, стоящих перед экономикой страны на современном этапе, необходимы ее стабилизация, повышение эффективности общественного производства, рост качества товаров народного потребления, совершенствование и развитие торговли и рыночных отношений. Тесная взаимосвязь торговли, производства и сельского хозяйства составляет основу экономической жизни населения страны.

От состояния экономики страны и ее хозяйственной деятельности в решающей мере зависит благополучие каждого человека, его семьи и общества.

Торговля, потребительский рынок и их состояние относятся к числу глобальных социально-экономических параметров, характеризующих степень развития экономики страны.

Торговля – это вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям. Торговля непосредственно взаимосвязана с потребительским рынком.

*Рынок товаров и услуг (потребительский рынок)* – сфера обмена товарами или группами товаров и услугами между товаровладельцами, исполнителями услуг и покупателями, сложившаяся на основе разделения труда.

Экономическое развитие страны непосредственно связано с социально-экономическим, демографическим, историко-культурным уровнем развития общества. Большое количество факторов влияет на степень развития как экономики в целом, так и ее составных элементов. При этом потребительский рынок является частью экономической системы и непосредственно зависит от экономического развития страны.

Поскольку потребительский рынок является элементом экономической системы, от эффективности его функционирования зависит расширение процессов производства и удовлетворения потребностей населения, закономерное развитие потребительского рынка и торговли непосредственно связано с экономическим ростом страны как основным движущим элементом формирования более совершенной экономической системы. Во всем мире торговая отрасль наиболее

привлекательна для инвестирования, что обусловлено низким риском и быстрой окупаемостью финансовых вложений.

*Торговля* как специфический вид экономической деятельности возникает в том случае, когда продукты труда целенаправленно производятся для обмена на деньги. *Обмен*, в свою очередь, является связующим звеном между производством, распределением и потреблением.

Понятия «потребительский рынок» и «торговля» очень близки друг к другу, но не тождественны.

*Торговля* является одной из форм проявления товарного рынка, выражающаяся в том, что производители и покупатели взаимодействуют друг с другом в форме купли-продажи. Таким образом, *потребительский рынок* – понятие более широкое, чем торговля, так как включает в себя сферы производства, распределения, обмена и потребления.

В сферу обмена входят следующие виды деятельности:

- торговля;
- материально-техническое снабжение и сбыт;
- общественное питание;
- заготовка сельскохозяйственной и дикорастущей продукции.

Среди отраслей экономики торговля имеет второй после обрабатывающей промышленности результат по вкладу в ВВП. В 2015 г. доля обрабатывающей промышленности в ВВП составила 22,4%, а доля торговли – 12,5%. Торговля как отрасль экономики занимает промежуточное положение между производителем и конечным потребителем. Поэтому состояние торговли отражает не только недостатки, присущие самой отрасли, но и проблемы, имеющиеся в работе сельского хозяйства, промышленности, транспорта, банковской системы и других сфер инфраструктуры товарного рынка. Торговля часто ощущает на себе изменение ситуации последней, аккумулирует все противоречия во взаимоотношениях производителя и потребителя.

Особенностью торговой отрасли является то, что в ней не создаются новые материальные ценности. Поэтому она не относится к сфере материального производства, а входит в сферу услуг, поскольку завершает процесс общественного производства и доводит товар до конечного потребителя.

В экономической системе «производство – распределение – обмен – потребление – производство» торговля (товарообмен) является важнейшим звеном в хозяйственной жизни общества. В масштабе организации и общества производство, распределение, обмен и потре-

ние находятся в сложной взаимосвязи: они взаимопроникают друг в друга и часто не разделяются во времени и пространстве. В сферу деятельности экономики входит организация, регулирование и совершенствование этой сложной деятельности.

Процесс реализации товаров сопровождается движением материальных и финансовых ресурсов. Денежные средства и товары, которыми располагают организации торговли, осуществляют непрерывный кругооборот «деньги – товар – деньги». Данный кругооборот включает две фазы, разорванные во времени: «деньги – товар» и «товар – деньги». Чем короче разрыв между этими фазами, тем быстрее протекает процесс обращения товаров и эффективнее используются финансовые ресурсы.

*Первая фаза* предусматривает закупку товаров розничными торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями у оптовых организаций торговли или непосредственно у производителей. При этом товар переходит из процесса производства в сферу обращения или перемещается внутри сферы обращения при поступлении со складов оптовых организаций торговли. Результатом данной фазы кругооборота денежных средств является создание товарных запасов, тары, материалов и др.

*Вторая фаза* предполагает реализацию товаров покупателям и является заключительной как для торговли, так и для общественного воспроизводства в целом. После получения денежной выручки организация опять затрачивает денежные ресурсы и закупает у поставщиков новую партию товара, т. е. повторяется первая фаза. Таким образом осуществляется кругооборот товарно-денежных ресурсов.

Для торговли как самостоятельной отрасли характерны также такие особенности, как короткое время оборота капитала (отсутствует фаза производства) и финансирование текущей деятельности большей частью за счет краткосрочного привлечения средств (краткосрочные кредиты банков).

Таким образом, торговля осуществляет завершающий этап кругооборота товаров и обмена товаров на деньги и выполняет социально-экономическую функцию по обеспечению потребностей населения страны в необходимых товарах. Торговля является одной из сфер жизнеобеспечения населения, так как проданные товары получают признание у потребителей.

Понятие «торговля» закреплено Законом Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» № 128-З от 8 января 2014 г. Согласно закону, *торговля* – это предпринимательская деятельность, осуществ-

ляемая субъектами торговли, направленная на приобретение и продажу товаров с оказанием или без оказания услуг, связанных с продажей товаров.

Субъектами торговли Республики Беларусь являются юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие торговлю на территории Беларуси.

Социальной целью торговли является удовлетворение потребностей населения в товарах и сопутствующих продажам услугах, а экономической целью – получение прибыли от продажи товаров.

## **1.2. Эволюция торгового предпринимательства**

Современное развитие торговли не может быть объективно оценено без рассмотрения исторического аспекта ее развития и оценки места отрасли в современной рыночной социально ориентированной экономике Республики Беларусь.

История экономики и торговли начинается с момента появления товара и рыночных отношений, с выделения групп людей, занимающих разное положение в процессе производства и обмена, в частности, с появлением людей, которые сами не занимаются производством материальных благ, а только их реализацией, т. е. с появлением экономических отношений.

Обмен продуктов как товара возник в определенных исторических условиях на основе общественного разделения труда.

В эволюции торгового предпринимательства в контексте мировой цивилизации можно выделить определенные этапы:

- Возникновение обмена в каменном веке.
- Развитие торговли на Древнем Востоке.
- Торговля в Древней Греции и Древнем Риме.
- Торговля во времена крестовых походов. Левантская торговля.
- Торговля во времена великих географических открытий.
- Торговля в период перехода от феодализма к капитализму.
- Торговля в период монополистического капитализма.
- Торговля в XX в.
- Торговля на современном этапе.



### ***1.2.1. Возникновение обмена в каменном веке***

История торговли как обмена товарно-материальными ценностями известна с каменного века (до 3000 лет до н. э.), когда шумеры из Месопотамии торговали с хараппской цивилизацией долины Инда. Уже тогда она существовала в привычном для нас значении: предложение к обмену с целью извлечения выгоды. Сначала торговля была исключительно натуральной и произошла она, по одной из версий, из обычной обмениваться подарками. Такой обмен носил символическое значение и символизировал мир, союз, дружбу. Позже люди стали обмениваться предметами равноценными, например, молоток взамен топора или мясо животного вместо овощей или фруктов. Главными предпосылками для дальнейшего развития торговли стала специализация промышленности и монета, роль которой у разных народов играли драгоценности, рабы, меха, скот и т. д.

Зарождение торгового предпринимательства связано с появлением товарно-денежных отношений в период разложения первобытнообщинного строя (VII в. до н. э. – V в. н. э.). В рабовладельческом и феодальном обществах, характеризующихся господством натурального хозяйства, преобладала внешняя торговля, которая охватывала незначительную часть продуктов производства и обслуживала преимущественно личное потребление господствующего класса.

### ***1.2.2. Развитие торговли на Древнем Востоке***

История торговли на Древнем Востоке уходит за 3,5 тысячелетия до н. э. Главными отраслями тогда было производство оружия, керамики и тканей. В Египте в ту эпоху существовала преимущественно сухопутная торговля: караваны верблюдов привозили предметы роскоши: благовония, металлы, дерево, драгоценные камни. Восточные торговцы раскидывали огромные шатры и раскладывали свой товар на продажу.

В новую фазу развития древневосточная торговля вступила с финикиянами: она стала морской. Теперь корабли увозили местные товары: строевой лес, металлы и плоды, а возвращались с зерном, вином, маслом, сырьем, скотом и прочими. Продавались товары нередко прямо в портах, с бортов кораблей.

Громадный толчок торговля получила у древних персов благодаря развитой транспортной системе. Персидские материи и ковры, мебель из драгоценных пород дерева, мозаика и эмаль не имели соперников.

Эти товары развозились караванами и продавались в крупных городах на ярмарках. Конечно, торговое оборудование тогда находилось в зачаточном состоянии: либо вещи раскладывались в шатрах на земле, либо на простых стойках, скамьях и дощатых прилавках на улице.

### ***1.2.3. Торговля в Древней Греции и Древнем Риме***

В Древней Греции подъем торговли начался вместе с колонизацией. Из различных регионов ввозились масла, серебро, хлеб, вино, пурпур и железо. Сосредотачивалась торговля на крупных рынках, где стояли открытые прилавки и навесы.

Торговля Древнего Рима характеризуется ранним появлением ярмарок, приуроченных к празднествам. Самая главная из них проходила у подножия Соракты – этрусской горы вблизи Рима. Это было грандиозное мероприятие, куда сходилась множество купцов. Они раскладывали товар в палатках, навесах и на прилавках, а между ними ходили толпы покупателей. В огромном количестве продавались разнообразнейшие сорта рыбы, множество овощей и фруктов, вино, масла, соль. Для богатых римлян привозили изукрашенную серебром мебель ценных пород, мрамор и изящные статуи. До конца III в. н. э. Римская империя была величайшей областью свободной торговли.

### ***1.2.4. Торговля во времена крестовых походов. Левантская торговля***

Поворот в европейской торговле случился в эпоху крестовых походов. Когда рыцари узнали роскошь Востока, спрос на восточные товары усилился, и Италия стала искать возможность обходить Византию, бывшую до сих пор посредником между Западом и Востоком. Итальянцам открылись левантские порты. *Левант* – общее название стран восточной части Средиземного моря (Сирия, Ливан, Израиль, Иордания, Палестина, Египет, Турция и др.). Купцы проникали вглубь Азии и на знаменитых восточных базарах скупали дорогие пряности и камфару, персидскую серу и китайский фарфор, индийскую сталь и стекло.

Расцвет левантской торговли немедленно отозвался в Европе. Итальянцы овладели секретами восточных производств, стали развиваться рынки и ярмарки, купцы организовывались в гильдии, а города – в союзы. Открывались многочисленные торговые предприятия – лав-

ки, родоначальники современных магазинов. В них устанавливались стеллажи, куда помещался товар, и был прилавок, за которым стоял продавец.

### ***1.2.5. Торговля во времена великих географических открытий***

Огромное значение для развития торговли имели великие географические открытия, эпоха которых началась в 1475 г. Тогда португальцы достигли экватора. Открытие Америки и новых морских путей обеспечило доступ к новым рынкам сырья и сбыта и сделало торговлю всемирной.

В Западной Европе V–XIII вв. двигателем торговли, осуществлявшейся в основном в крупных городских поселениях, было купеческое сословие. Дополнительный импульс к развитию международной торговли дали открытие Америки и освоение морского пути в Индию. Стали развиваться крупные торговые компании – монопольные организации купечества, преимущественно занятого во внешней торговле. Их расцвет пришелся на период великих географических открытий, период разложения феодализма и возникновения раннекапиталистических отношений в Европе.

### ***1.2.6. Торговля в период перехода от феодализма к капитализму***

Переход к капитализму и возникновение мирового рынка способствовали развитию товарно-денежных отношений, становлению внутренней торговли, формированию местных товарных рынков.

В XVI–XVII вв. в истории Западной Европы произошел переход от феодализма к капитализму, вызвавший значительные изменения в торговле. Основными чертами этого переходного периода были:

- первоначальное накопление капитала (происходит становление рыночной экономики, первоначально капиталы накапливаются не в производстве, а в сфере обращения и кредита (торговле и ростовщичестве), источником накопления капитала были ограбление и эксплуатация колоний, контрабандная торговля, работорговля, пиратство, монопольная торговля);

- наличие множества мануфактур (два признака мануфактуры – эксплуатация труда и разделение труда – позволили перейти от домашнего производства к массовому).

### ***1.2.7. Торговля в период монополистического капитализма***

В XIX–XX вв. капитализм свободной конкуренции сменился монополистическим капитализмом. В результате повысились производительность труда и выпуск стандартных товаров массового спроса, что дало импульс к созданию торговых объектов новых типов и совершенствованию методов торговли. И в промышленности, и в торговле шли процессы концентрации и централизации капитала, монополии вытесняли с рынка мелкие и средние компании и фирмы, захватывали ключевые позиции на рынке потребительских товаров, широко используя для этого новые, более эффективные формы и методы деятельности. На мировую арену вышли международные торгово-финансовые компании.

В странах Запада розничная торговля велась главным образом многопрофильными системами, универсальными и специализированными магазинами.

Многопрофильные системы возникли в середине XIX в., когда немецкая фирма по выпуску швейных машин «Зингер» открыла свои специализированные магазины в США, а затем в Великобритании.

### ***1.2.8. Торговля в XX в.***

Универсальная торговля в XX в. осуществлялась главным образом универмагами, появившимися в конце XIX в. и продолжавшими быстро развиваться. В современном мире к типу универсальных примыкают магазины стандартных цен по продаже мелких дешевых товаров, а также такие формы продажи без магазина, как торговля по каталогам, вразнос, через автоматы, посылочная и электронная торговля.

Во время второй мировой войны в 1944 г. 44 страны подписали Бреттон-Вудское соглашение, рассчитанное на предотвращение национальных торговых барьеров в торговле во избежание депрессий. Были созданы институты регулирования международной экономики: Международный валютный фонд и Международный банк реконструкции и развития, позже разделенный на Всемирный банк и Банк международных расчетов. Эти организации начали функционировать с 1946 г. после ратификации соглашения большинством стран. В 1947 г. 23 страны приняли Генеральное соглашение по тарифам и торговле, чтобы содействовать свободной торговле.

В начале XX в. появились первые витрины: количество магазинов росло, и покупателей нужно было чем-то привлекать. В 1909 г. в Лондоне Гордон Селфридж открыл универмаг, витрина которого не отключалась ночью, и покупатели могли осматривать товар даже в темноте. Это быстро сделало магазин популярным. Позже витрины стали активно использовать и другие предприятия торговли: их рисовывали популярные художники, в числе которых Сальвадор Дали, они заполнялись удивительными инсталляциями.

Торговые центры в их современном понимании появились в начале 40-х гг. XX в. в США. Их возникновение обусловлено бурным развитием транспорта. Отсутствие стояночных мест привело к тому, что на территориях, свободных от жилищного строительства, возводились крупные центры, окруженные огромными стоянками. Первыми такими предприятиями считаются комплекс возле Сан-Диего и комплекс «Рузвельт-филд» у Нью-Йорка.

В Западной Европе такие центры стали строиться после второй мировой войны. Первыми были комплексы в Ковентри (Великобритания) и комплекс «Лиил-баан» (Голландия).

В июне 1963 г. в пригороде Парижа Марселем Фурнье и Дени Деффорэ был открыт первый гипермаркет. Он занял площадь 2,5 тыс. м<sup>2</sup> и имел автостоянку на 500 мест. Поначалу весь торговый мир отнесся к этой идее как к чудачеству, однако компания «Карфур» продолжала расширяться, и вскоре открылось еще 5 гипермаркетов. Успех этой затеи стал очевиден, и примеру компании «Карфур» последовали другие.

Сначала гипермаркеты были в основном продовольственными магазинами, но постепенно обрели универсальную специализацию, расширив товарный ассортимент. Сегодня это огромные торговые комплексы, где установлено новейшее торговое и холодильное оборудование, а все оснащение в целом ориентировано на удобство для покупателей.

### *1.2.9. Торговля на современном этапе*

В настоящее время в странах с развитым рынком внутренняя торговля непродовольственными товарами стала высокоспециализированной, на долю организаций универсальной торговли к концу XX в. приходилось всего около 10% товарооборота. В некоторых странах (Швеция, Франция, Великобритания) успешно развивалась кооперативная торговля, а в ряде других государств Западной Европы и Аме-

рики широкое распространение получили магазины сниженных цен (дис-каунты).

В торговле продовольственными товарами к признанным лидерам принадлежат универсамы, супер- и гипермаркеты, освоившие новые технологии доставки и продажи товаров. В розничной торговле продовольственными товарами значителен удельный вес объектов массового питания: кафетериев, кафе, закусочных, заведений придорожного сервиса и быстрого обслуживания. Но на этом фоне сохраняются многочисленные небольшие торговые объекты и продолжается неорганизованная торговля на рынках.

Во всех странах значительная доля трудовой части населения занята в сфере торговли. Например, в США – это 20% трудоспособного населения, во Франции – 16, в Великобритании – 12, в России – 6,7, в Беларуси – 14,3% (648 тыс. чел. в 2013 г.).

На этом эволюция торговли, разумеется, не завершилась. Следующим этапом стало перемещение магазинов в Интернет. Это позволило сделать процесс покупки максимально комфортным. Потребителю не приходится тратить время на поиск необходимых вещей в торговых объектах: он может открыть сайт интернет-магазина, где на виртуальных витринах представлены любые товары, снабженные подробным описанием и характеристиками. Выбрать и заказать их можно парой щелчков компьютерной мыши.

### **1.3. Этапы развития национальной торговли**

#### ***1.3.1. Торговля в Киевской Руси***

Историю возникновения и развития национальной торговли можно условно разделить на следующие основные этапы:

- 1-й этап: VIII–XI вв. Зарождение торговли.
- 2-й этап: XII в. – первая половина XIII в. Появление торговой специализации.
- 3-й этап: конец XIII в. – конец XVII в. Развитие специализации, видов и форм торговли.
- 4-й этап: XVIII в. Развитие государственного регулирования и управления торговлей.
- 5-й этап: XIX в. – начало XX в. Развитие биржевой и внешней торговли.
- 6-й этап: 1917 г. – конец XX в. Торговля при социализме.

• 7-й этап: конец XX в. – начало XXI в. Современное развитие торговли.

*1-й этап: VIII–XI вв. Зарождение торговли.* С VI в. н. э. на землях восточных славян, к которым относятся и современная Беларусь, устанавливается постоянная княжеская власть и создаются союзы племен, что говорит о завершении разложения первобытнообщинного строя. Первые упоминания о внутренних формах торговли восточно-европейских славян относятся к VIII–IX в. Центром всей экономической жизни становится г. Киев. Замыкая собой цепь русских городов по великому водному пути, он являлся главным сборным пунктом торговли и за короткое время достиг значительного процветания.

Рынок (торг, торжище) являлся тем местом, где производились все торгово-обменные операции. Торговля носила ярмарочный характер и главным торговым днем считалась пятница, когда на главной площади города открывался рынок. По данным летописей Киевской Руси уже существовало плотничество, гончарное дело, кузнечное мастерство, ткацкое дело, выделка мехов и кожи. Но все изделия этих промыслов вначале имели сбыт только на внутреннем рынке, который был первым проявлением розничной торговли. Главными предметами русской внешней торговли стали в основном продукты звероловства, пчеловодства и сельского хозяйства.

В IX в. в Киевской Руси с возникновением товарно-денежных отношений развитие торговли ускорилося. В это время Киевская Русь еще не являлась единым государством, каждый город представлял собой отдельное княжество, у каждого были свои рынки, внутренняя и образовавшаяся внешняя торговля. Внутреннюю торговлю вели чаще всего без посредников сами производители, внешнюю – купцы.

В X–XI вв. наблюдается расцвет ремесленного производства, а углубление общественного разделения труда стимулировало дальнейшее развитие торговли и товарно-денежных отношений. Развитая речная сеть Беларуси соединяла через сухопутные волоки Западную Двину, Ловать и Днепр, таким образом связывая Балтийское и Черное моря (западно-двинское ответвление пути «из варяг в греки»).

*2-й этап: XII в. – первая половина XIII в. Появление торговой специализации.* Следующий этап становления торговли можно отнести к XII в. После раздробления Киевской Руси экономическим центром становится г. Новгород. На территории Беларуси крупнейшими были Полоцкое и Туровское княжества. В этих городах торг занимал обширное место и подразделялся на ряды в соответствии с родом продаваемых товаров или происхождением сидевших в лапках купцов. Обозначилось проявление первой специализации в торговле.

После принятия христианства в 988 г. н. э. торговые операции стали проводиться под покровительством церкви и в непосредственной близости от нее. Духовенство хранило в церквях меры и весы. Там же устанавливались особые лари, в которых хранились торговые договоры, записи и книги для закрепления торговых сделок. Подвальные помещения служили местом хранения товара. С середины XIII в. (1253 г.) современные белорусские земли входят в состав Великого княжества Литовского (ВКЛ).

### ***1.3.2. Торговля в Московской Руси и Великом княжестве Литовском***

*3-й этап: конец XIII в. – конец XVII в. Развитие специализации, видов и форм торговли.* Начиная с XIV в., центром торговых отношений на Руси становится г. Москва. Он становится центром всей славянской торговли и промышленности. Он дал торговле вес, меру, монету, направление торговой деятельности. Именно в Москве происходят все весомые торговые сделки, издаются государственные указы для регламентации и поддержки коммерции, здесь же живут богатейшие купцы.

В образовании русского централизованного государства (Московская Русь) в XV–XVI вв. имела значение торговля между княжествами. Во внутренней торговле стали участвовать многие социальные группы (ремесленники, крестьяне, служилые люди, дворяне, бояре), а также монастыри. Основной формой торговли в городах стали ежедневные рынки. Возникли различные гостиные (постоялые) дворы и торговые ряды с направленной специализацией товаров по видам и географической направленности или принадлежности. Гостиные дворы существовали в основном для оптовой торговли. Розничная и мелкокорозничная торговля была сосредоточена в торговых рядах: лоскутном, ветошном, рыбном, охотном и др. Названия рядов полностью соответствовали ассортименту товаров, которые там предлагались к продаже населению.

В это время стали развиваться различные формы передвижной и разностной торговли, которыми занимались скупщики, прасолы (скупщики скота, мяса, рыбы), коробейники и т. п. Однако остатки феодальной раздробленности и многочисленные внутренние таможенные пошлины задерживали развитие внутренней торговли. Стала развиваться ярмарочная торговля. Сбором налогов с торговли и таможенными сборами ведал приказ большой казны. Успешному раз-



витию торговли в XVII в. содействовал принятый при царе Алексее Михайловиче в 1653 г. торговый устав.

*К началу эпохи правления Петра Первого* на территории России обозначились четкие тенденции в развитии торговли:

- специализация торговли;
- разделение торговли на опт и розницу;
- большое количество торговых мест и их разнообразие;
- концентрация торговли в определенных местах по ассортиментному профилю;
- разделение торговли на сезонную (эпизодическую) и постоянную.

Во второй половине XVII в. появились торговые компании. Расширялись внешнеторговые связи с Индией и Китаем. В это время правительство России осуществляло политику меркантилизма и ограничивало торговлю иностранных купцов на своей территории.

В этот период на территории современной Беларуси для расширения в городах ремесел и торговли великие князья литовские, а впоследствии и короли польские (с 1569 г. – монархи Речи Посполитой) использовали возможность дарения отдельным городам магдебургского права, которое подразумевало собственную систему правовых норм, свойственных феодальным городам Восточной Германии, перенесенных затем в Венгрию, Польшу и другие страны. Первым в Беларуси в 1390 г. получил это право г. Брест, в 1441 г. – г. Слуцк, в 1498 г. – г. Полоцк, в 1499 г. – г. Минск, в 1511 г. – г. Речица и г. Новогрудок, в 1577 г. – г. Могилев, в 1670 г. – г. Гомель и т. д. (всего 43 населенных пункта на территории современной Беларуси до конца XVIII в.).

Статус магдебургского права давал городской общине и, соответственно, жителям городов (мещанам), широкие права и привилегии, освобождал от суда и финансового управления со стороны великокняжеской администрации. В крупных городах разрешалось строить ратуши, фабрики, мельницы, воскобойни, открывать бани, магазины, лотки, устраивать ярмарки, заниматься безакцизным винокурением и др.

Торговое население городов состояло из нескольких групп. Вышшим, наиболее богатым слоем были купцы – «гости», занимавшиеся торговлей с зарубежными странами. Купцы торговали с Москвой, Новгородом, Псковом, Тверью, Киевом, Львовом, Ригой, с городами Венгрии и Польши и др.

В XV в. купцы Великого княжества Литовского за границу вывозили меха, воск, сырье и выделанную кожу, золу, поташ, лес и лесоматериалы, пеньку и некоторые ремесленные изделия. Во внутренней

торговле купец покупал товар в одном городе и продавал его в других населенных пунктах, расположенных в 50–60 км.

Многие купцы специализировались на каком-нибудь одном виде товара: гончарных изделиях, кожевенных, швейных и т. д. В городах и местечках создавались специальные склады – магазины. По всем местам разъезжали мелкие кочевые торговцы – коробейники. Городские купцы скупали в соседних деревнях сельскохозяйственную продукцию и изделия деревенских промыслов и продавали их на городских рынках. Во всех городах и местечках проводились торги, в крупных городах три раза в год проводили ярмарки, в которых участвовали не только местные, но и иностранные купцы.

Порядок торговли устанавливался радой или владельцем города – феодалом. За продажу товара на рынке взимался побор. Существовавшие торговые связи связывали не только город с деревнями и местечками, но и крупные города между собой. Тесная связь внешней и внутренней торговли заставляла купцов искать способы и средства закрепления за собой монопольного положения на местном рынке. Для этого купцы, как и ремесленники, создавали свои корпорации – цехи. Постоянная угроза быть ограбленными по дороге заставляла купцов создавать кассы взаимопомощи. Большим грузом на купечество ложились денежные пошлины и натуральные сборы.

Верховная власть предоставляла городам некоторые торговые привилегии. Так, например, приезжим купцам запрещалось продавать свои товары в розницу. Они должны были продавать их оптом и только местным купцам. Кроме того, они не имели право закупать товары в местных деревнях. Купить товар можно было только у местного купца.

Большие торговые привилегии имела шляхта (привилегированное сословие, дворянство). В 1551 и 1559 гг. шляхтичи получили право на беспошлинный вывоз за границу леса, зерна и скота, а в 1565 г. добились права беспошлинного ввоза для своих нужд товаров из других стран.

*4-й этап: XVIII в. Развитие государственного регулирования и управления торговлей.* Данный этап развития торговли в XVIII в. характеризовался следующими особенностями:

- ведущее место в экспорте заняли промышленные товары;
- торговля получила положительный баланс: экспорт превысил импорт;
- в России создана коммерц-коллегия – государственный орган по контролю и руководству торговлей.

Таможенная реформа России 1753–1757 гг. отменила внутренние пошлины на торговые операции, что способствовало росту всероссийского рынка.

Во второй половине XVIII в. в Москве и Санкт-Петербурге возникли первые магазины при купеческих домах. В 1797 г. было разрешено иметь лавки при жилых домах, которые имели витрины и выставки.

Постоянное развитие товарно-денежных отношений, ремесленного производства, мануфактур послужило питательной основой для проведения ярмарок. Широко известны международные Нижегородская и Московская ярмарки, но кроме них организовывались довольно крупные ярмарки на белорусских землях: в Минске, Зельве, Гродно, Кобрине, Шклове и др.

### ***1.3.3. Торговля в Российской империи***

*5-й этап: XIX в. – начало XX в. Развитие биржевой и внешней торговли.* В XIX в. торговля Российской империи, куда отошла большая часть белорусских земель после окончательного раздела Речи Посполитой, развивалась на принципах протекционизма (форма меркантилизма). Высокие ввозные пошлины защищали внутренний рынок государства. В 1802–1810 гг. торговлю возглавляло министерство коммерции, с 1810 г. – министерство финансов. Во второй половине XIX в. объемы торговли стали резко увеличиваться. Рост городского населения и численности рабочего класса привел к расширению емкости внутреннего рынка. В 1889 г. розничный товарооборот империи составлял около 4 461 млн р., в 1913 г. – уже 7 141 млн р. (темп роста в текущих ценах – 160,1%, в сопоставимых – 122,5%).

Наряду с Москвой, Санкт-Петербург также стал занимать особое место в развитии торговли. В это время в Санкт-Петербурге была создана первая товарная биржа. К 1913 г. существовало 94 товарные биржи.

В конце XIX в. возникли первые акционерные торговые товарищества. В 1885 г. уже было более 700 тыс. торговых заведений (объектов), в том числе 126,9 тыс. крупных розничных и оптово-розничных объектов, 274 тыс. стационарных лавок и 153,3 тыс. палаток и ларьков. Кроме того, около 170,5 тыс. чел. торговали вразвоз и вразнос. По переписи 1897 г., в Российской империи 1,6 млн чел. занимались торговлей. В 1913 г. торговых заведений было более 1,2 млн. На тер-

ритории современной Беларуси находилось 74,4 тыс. торговых объектов (магазины, лавки, ларьки).

Оборот внешней торговли Российской империи за 1861–1913 гг. вырос почти в 5 раз и составил в 1913 г. 2 706 млн р.

Вступление Российской империи на рубеже XIX–XX вв. в стадию монополистического капитализма вызвало дальнейший рост торговли и ее концентрацию в руках монополий. Падала доля ярмарок во внутреннем товарообороте, развивалась магазинная форма торговли, появилась кооперативная торговля. В 1905 г. было создано министерство торговли и промышленности.

В 1913 г. на белорусских землях насчитывалось 218 торговых домов с капиталом 2,2 млн р. Осваивалась форма биржевой торговли: в Минске возникла лесная биржа (1909 г.), а накануне первой мировой войны в Витебске – товарная. По данным за 1913 г., в Беларуси было зарегистрировано 1 094 ярмарки по продаже леса, домашних животных и льна. За 1900–1913 гг. розничный товарооборот увеличился на 70,5% и достиг 163 млн р. (около 80% давала частная торговля). В 1913 г. внутренний товарооборот торговли всей Российской империи составлял 18,5 млрд р., при этом 72,5% приходилось на города.

К 1914 г. по основным социально-экономическим показателям, в том числе и торговым, Россия входила в первую пятерку мировых лидеров.

В годы Первой мировой войны (1914–1918 гг.) сократилось производство потребительских товаров, росли цены, развивалась спекуляция. Правительство пыталось нормировать торговлю отдельными продуктами. Возник продовольственный кризис, сопровождавшийся голодными бунтами, разгромами магазинов и складов.

### ***1.3.4. Торговля при социализме и современная торговля***

*6-й этап: 1917 г. – конец XX в. Торговля при социализме.* В социалистическом обществе товарно-денежным отношениям стали присущи закономерности, вытекающие из действия экономических законов социализма.

В рамках этого этапа развития торговли лежала экономическая стратегия, разработанная В. И. Лениным летом 1917 г. Основой этой стратегии были теоретические положения о модели социализма, разработанной К. Марксом и Ф. Энгельсом.

Новое общество должно было иметь бестоварный и безденежный механизм. Но на первой стадии все же предполагалось наличие то-

варно-денежных отношений, и материальной базой этих процессов стала национализация банков и синдикатов. Национализация должна была не разрушать уже сформированные хозяйственные связи, а наоборот, объединить их в масштабе всей страны, стать формой функционирования капитала в период перехода к социализму и привести общество к самоуправлению.

Была проведена национализация банков, земли, промышленности, транспорта, внешней и крупной оптовой торговли. В розничной торговле национализация охватила в основном лишь крупные объекты (универмаги, многолавочные фирмы). В торговле продовольственными товарами она была проведена более широко, что было вызвано большими затруднениями в продовольственном снабжении страны.

Развертывание индустриализации сопровождалось свертыванием рыночных принципов, ликвидацией частного капитала, а также усилением административных методов в управлении. В области экономики стала развиваться система жесткого планирования, распределения и контроля во всех сферах хозяйственной деятельности, в том числе и в торговле. Главным итогом индустриализации явилось закрепление командно-административных методов управления экономикой.

Господство общенародной собственности и планомерная организация общественного хозяйства существенно изменили назначение, сферу действия и характер рынка. Из рыночного оборота были изъяты природные и материальные ресурсы. Практически исчез рынок труда. Социалистический рынок выступал составным элементом планового ведения хозяйства. Государственные плановые органы определяли объем и структуру производства, устанавливали задания по росту производительности труда, заработной платы, розничного товарооборота и т. д.

В сферу товарно-денежных отношений в условиях плановой экономики были включены:

- товарное обращение средств производства – в форме материально-технического снабжения;
- обмен между государством и колхозами промышленными изделиями и сельскохозяйственными продуктами – в форме заготовок сельскохозяйственного сырья;
- товарное обращение предметов потребления, составляющее собственно торговлю;
- товарные связи между странами, составляющие внешнюю торговлю.

Плановая экономика была основана на выполнении и реализации следующих принципов:

- единство политического и хозяйственного руководства;
- демократический централизм;
- единоначалие;
- коллективное руководство (для кооперативных организаций);
- территориальный принцип;
- научная обоснованность и партийность планирования;
- экономия затрат общественного труда;
- хозяйственный расчет.

В качестве основных методов планирования торговли применялись:

- балансовый метод;
- метод технико-экономических расчетов;
- экономические методы;
- математические методы.

План торговли включал следующие разделы:

- балансы ресурсов предметов потребления;
- планы распределения рыночных фондов;
- планы межреспубликанских поставок;
- планы товарооборота;
- план развития торговой сети;
- план по труду;
- план издержек обращения;
- план капитальных работ;
- финансовый план.

По действующему порядку планирования Совет Министров СССР утверждал следующие показатели плана развития торговли: розничный товарооборот государственной и кооперативной торговли в общей сумме; оборот по продаже потребительской кооперацией сельскохозяйственных продуктов; поставки республиками продуктов животноводства, картофеля, овощей и фруктов в общесоюзный фонд и использование этого фонда; фонд заработной платы в розничной торговле в процентах к обороту. Помимо этого, в целом по стране устанавливались рыночные фонды важнейших продовольственных и непродовольственных товаров, а также нормативы товарных запасов в торговле в днях оборота. Планирование осуществлялось с использованием перспективных (сначала утверждались контрольные цифры, затем разрабатывался пятилетний план) и текущих (разработка и доведение до мест указаний к составлению плана и контрольных цифр, составление проекта плана, утверждение плана, контроль плана) планов. Иногда применялись сезонные планы.

Рынок на тот период выполнял функцию контрольного механизма, информирующего государственные органы о наметившихся тенденциях в соотношении производства и потребления, о точности плановых расчетов и заданий.

С первых лет Советской власти государство уделяло большое внимание всемерному развитию и совершенствованию торговли. Наряду с национализацией, была установлена государственная монополия на торговлю. В целях обеспечения централизованного снабжения населения товарами, организацией заготовок сельскохозяйственных продуктов в ноябре 1917 г. был создан Народный комиссариат по делам продовольствия, установлено централизованное распределение предметов потребления. С января 1919 г. была введена продразверстка, которая с переходом к новой экономической политике была заменена продналогом. Начав с товарообмена в рамках местного хозяйственного оборота, государство перешло к организации торговли в масштабах всего народного хозяйства. По мере укрепления социалистических форм в экономике страны, развития государственной и кооперативной торговли, вытеснялись частные посредники в оптовой и розничной торговле. В 1924 г. был образован Народный комиссариат внутренней торговли, преобразованный в 1946 г. в Министерство торговли СССР (в Беларуси – Министерство торговли БССР).

Для сбыта продукции были созданы отраслевые синдикаты и другие оптовые государственные организации. Важную роль играли товарные биржи и ярмарки. Розничная торговля находилась преимущественно в руках потребительской кооперации. Государственная торговля была представлена небольшой сетью торговых и других организаций. Постепенное укрепление позиций торговли позволило уже в 1925–1926 гг. перейти к планированию завоза важнейших потребительских товаров в основные экономические районы страны и усилить роль планового начала во всех рыночных связях. Создавалась система оптовых баз, неуклонно расширялась торговая сеть государственной, кооперативной торговли и общественного питания, росла колхозная торговля.

Система внутренней торговли в период Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. обеспечила регулярное и устойчивое снабжение населения и Советской Армии. Несмотря на огромные трудности, вызванные войной, уже в конце 1947 г. была отменена карточная система, введенная в 1941 г., и осуществлен переход к открытой торговле. К 1950 г. был превзойден довоенный уровень продаж и восстановлена торговая сеть. В последующие годы были обеспечены высокие темпы

развития внутренней торговли, которая превратилась в одну из крупных отраслей народного хозяйства.

В процессе развития социалистической экономики были созданы и получили развитие 3 формы внутренней торговли:

- государственная;
- кооперативная;
- колхозная.

Ведущая государственная торговля обслуживала главным образом сегмент потребителей – городское население, кооперативная торговля – в основном сельское население. Потребительская кооперация ведет также комиссионную торговлю. Государственная и кооперативная торговля совместно образуют организованный рынок страны, на котором цены устанавливаются непосредственно государством. На долю государственной торговли приходится около 70% общего объема розничного товарооборота, на долю кооперативной – около 30%. Специфика колхозной торговли состоит в том, что она не планируется государством, осуществляется по свободным ценам и в ней отсутствует посредник. На долю колхозного рынка приходится 2% общего объема товарооборота.

В соотношении между различными формами торговли предметами народного потребления намечается определенная тенденция: роль государственной торговли растет, роль колхозного рынка уменьшается при известной стабилизации доли кооперативной торговли в общем товарообороте.

Развитие торговли и улучшение обслуживания населения неразрывно связаны с созданием материально-технической базы, внедрением более совершенных видов торгового оборудования и технологических процессов, а также дальнейшим совершенствованием методов повышения эффективности торговли. Начиная с 1960 г., увеличивается сеть специализированных магазинов. Строятся крупные универсальные магазины по продаже товаров повседневного спроса (универсамы), создаются крупные складские хозяйства, холодильники, плодово-овощные базы и комбинаты. Большое значение для ускорения прогресса в торговле имело постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 7 января 1972 г. «О некоторых мерах по улучшению торговли и ее технической оснащенности». Значительное развитие получает механизация и автоматизация торговых процессов. Внедрение прогрессивных методов продажи товаров обеспечивает повышение экономической эффективности в коммерческой деятельности, работы предприятий торговли и способствует улучшению культуры обслуживания населения. Появились прогрессивные мето-



ды продажи товаров методом самообслуживания, продажа по образцам, по заказам населения, с доставкой на дом и др. К началу 1975 г. товарооборот магазинов, применяющих прогрессивные методы продаж в государственной и кооперативной торговле страны, достиг 55% от общего товарооборота, в том числе по методу самообслуживания – 47%.

С 60-х гг. XX в. в торговле СССР начали проявляться признаки отсутствия рыночных методов управления. Производились товары не пользующиеся спросом, на многие товарные позиции возникал дефицит, что привело к появлению теневого потребительского рынка, продавцами на котором являлись перекупщики, или фарцовщики (спекулянты) («фарца»). Основным рынком сбыта товара, добытого фарцовщиками, поначалу (в 1950–1960-х гг.) были стилиаги. Позже, в 1970–1980-х гг., все, кто имел деньги и желал красиво или оригинально одеться, приобрести импортную одежду или технику, книги или музыкальные записи, прибегали к услугам фарцовщиков. В эти годы сменились и источники фарцовки, и само понятие приобрело более широкое значение. Основное занятие большинства фарцовщиков заключалось в покупке через знакомых, имеющих связи или работающих в торговле или возможность выезжать за рубеж, дефицитных товаров и пищевых продуктов. Наибольшее распространение фарцовка получила в Москве, Ленинграде, портовых городах и туристических центрах СССР. Появились подпольные цеха по производству пользующихся спросом товаров (изделия из кожи, меха, обувь, бижутерия и др.), а их владельцы назывались «цеховиками». Эти тенденции к концу 80-х гг. с учетом роста номинальных денежных доходов населения, привели к нормированию распределения отдельных товаров и появлению купонной системы, так как дефицитными стали практически все пользующиеся хоть каким-либо спросом товары. К 1989 г. талоны на некоторые группы продуктов имели хождение во множестве городов и сельских районов СССР. Продажа мяса, колбас, животного масла в 1989 г. осуществлялась по талонам примерно в каждом пятом городе. Помимо этих продуктов, а также чая, муки, сахара и алкогольных напитков, в некоторых регионах нормировались майонез и кондитерские изделия. Распространялись по талонам и непродовольственные товары: мыло, стиральный порошок, спички, трикотаж и др.

Посредством системы розничной торговли в СССР до населения доводилась лишь часть товаров. Остальная их часть реализовывалась через различные «распределители», наполняемость которых и цены зависели от иерархии прикрепленных к ним людей.

Существовал целый ряд параллельных систем торговли (распределения товаров) с привилегированным снабжением и ограниченным доступом:

- поставки дефицитных товаров для льготных категорий населения (например, ветераны ВОВ и приравненные к ним; доктора наук, членкоры и академики);

- закрытые магазины для высокопоставленных чиновников и других привилегированных категорий номенклатуры, партийных деятелей, генералитета (например, закрытые секции Московского ГУМа);

- валютные магазины «Березка», торговавшие дефицитными товарами за «чеки» (сертификаты), на которые нужно было обменивать имеющуюся на руках иностранную валюту при возвращении в СССР и в которых обычно выдавались зарплаты советским гражданам, работавшим за границей (кроме суточных в местной валюте);

- отдельная система снабжения для военных и их семей (военторг, поставки дефицитных продуктов в продовольственных пайках);

- магазины в закрытых научных и военных городах;

- отдельная система снабжения для моряков торгового флота, ходивших в заграничные плавания (боновые магазины «Альбатрос» системы «ТоргМорТранс» Министерства морского флота СССР);

- отделы рабочего снабжения (ОРСы) на предприятиях нефтегазовой промышленности, железной дороге и речном флоте;

- системы снабжения рабочих на предприятиях («продуктовые пайки»);

- «салоны для новобрачных»: на приобретение в них товаров соответствующего ассортимента (обручальные кольца со скидкой, свадебные платья и костюмы, спиртные напитки и т. п.) выдавались талоны по справке из ЗАГСа, поэтому иной раз молодые люди регистрировались в ЗАГСе как новобрачные только с целью покупки дефицитных товаров.

*7-й этап: конец XX в. – начало XXI в. Современное развитие торговли.* В конце XX – начале XI вв. в связи с социально-политическими изменениями в жизни республик бывшего СССР торговля претерпевает немалые изменения и получает толчок к инновационному развитию в связи с переходом на рыночные отношения. Появление частного, развитие малого и среднего бизнеса также благоприятствуют расширению значения сферы торговли и услуг, а также их совершенствованию. Но при этом развитие не было динамичным. Кризисные явления 1990 гг. привели к резкому снижению покупательной способности населения, что повлекло за собой снижение объемов торговли.

С ростом экономики и выходом из кризиса начинается дальнейшее развитие торговли. Появляются новые торговые форматы, новые экономические модели и способы повышения эффективности коммерческой деятельности, заимствованные из-за рубежа (бенчмаркетинг). К 2005 г. термин ритейл используется для обозначения крупного бизнеса, основанного на розничной торговле. Ритейл закупает товары оптом у производителей или импортеров, а затем продает в розницу конечному покупателю. Магазины находятся в конце цепочки. Маркетологи производителей товаров стали рассматривать его как необходимую составную часть их общей стратегии распределения. В это же время стали появляться такие формы торговли, как торговля по каталогам, Интернету и др. Появились различные методы привлечения и охвата различных сегментов рынка с помощью рекламы и различных акций, основанных на современных методах влияния на поведение потребителя. Фактором, обеспечивающим такой стабильный рост торговли, стали крупные торговые сети.

#### 1.4. Функции торговли

Субъекты торговли (торговые организации и индивидуальные предприниматели) в своей работе осуществляют ряд операций, которые называются функциями торговли (рисунок 1).

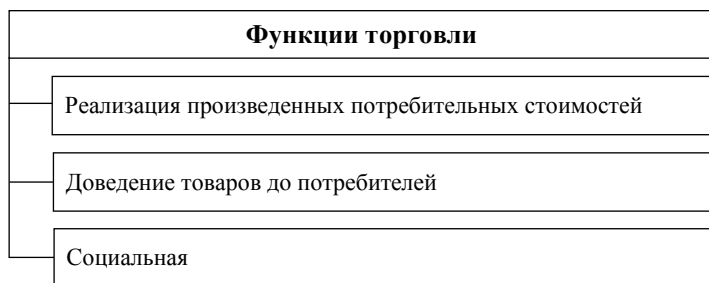


Рисунок 1 – Функции торговли

Через *функцию реализации произведенных потребительских стоимостей* торговля способствует развитию процесса расширенного воспроизводства, так как товарная стоимость после продажи превращается в денежную.

*Функция доведения товаров до потребителей* включает следующее:

- изучение спроса на избранном сегменте рынка, его стимулирование средствами рекламы и новыми методами продаж;
- увязку мест производства товаров с местами их потребления путем пространственного перемещения товаров, так как грузопотоки планируются торговлей путем установления хозяйственных связей и рационализации товародвижения;
- осуществление технологических операций при продаже (транспортировка, разгрузка, хранение, подготовка к продаже – эти операции являются продолжением процессов производства в сфере товарного обращения);
- взаимодействие с другими отраслями экономики в процессе доведения товаров до потребителей (транспорт, коммунальное хозяйство, топливная промышленность, кредитные учреждения, учреждения образования).

*Социальная функция* торговли заключается в удовлетворении спроса населения через следующие элементы:

- рационализация сбыта и потребления;
- формирование спроса на новую продукцию;
- сближение спроса городского и сельского населения;
- экономия свободного времени потребителей;
- экономия денежных расходов населения путем реализации отдельных товаров с предельными надбавками;
- культура и компетенция торгового персонала.

Таким образом, функции торговли можно разделить на две укрупненные группы:

- функции оказания услуг производителям;
- функции оказания услуг потребителям.

## **1.5. Формы и виды торговли**

Современная купля-продажа товаров в общем экономическом смысле имеет две формы: прямого обмена и опосредованного обмена.

*Первая форма* торговли базируется на прямом личном контакте покупателя с продавцом или покупателя с продавцом и кассиром. Это традиционная форма розничной торговли, возникшая еще на заре человечества как прямой товарообмен, а позже как обмен товарами через определенный товар – посредник обмена. Такая форма торговли

применяется в супермаркетах, универсамах и универсамах, специализированных и фирменных магазинах, киосках, кафе, ярмарках и т. д.

Она предполагает выполнение следующих операций:

- ознакомление покупателя с товаром;
- выбор покупателем товара;
- оплата товара;
- оформление (упаковка) и отпуск товара покупателю;
- доставка покупателю на дом крупногабаритных и тяжелых товаров;
- приведение технически сложных товаров в вид, готовый к употреблению (сборка мебели, подключение холодильника и т. д.);
- послепродажное обслуживание покупателя.

*Вторая форма* означает почти полное отсутствие в настоящее время прямого контакта покупателя с продавцом и наличие в отдельных случаях посредников. Это различные виды внемагазинной торговли: почтовая торговля, торговля в разнос, торговля с помощью автоматов, телевизионная торговля, электронная торговля, мобильная торговля и др.

В связи с изменением, отменой и введением ряда государственных нормативных актов по вопросам государственного регулирования торговли, претерпела определенные изменения и классификация торговой деятельности в национальной экономике Республики Беларусь.

Классификация видов торговли представлена на рисунке 2.

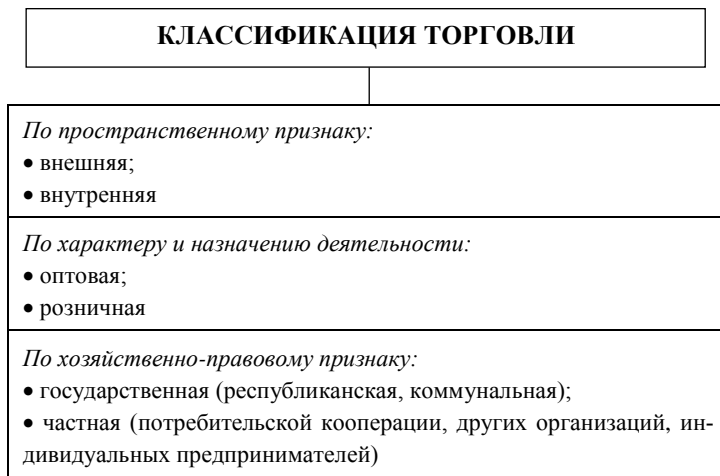


Рисунок 2 – Классификация торговли

*Внутренняя торговля* осуществляется между хозяйственными субъектами Республики Беларусь, а *внешняя* – между субъектами Республики Беларусь и других стран.

*Оптовая торговля* – вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для использования в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

При осуществлении оптовой торговли реализация товаров осуществляется партиями, она включает все звенья их движения от производителей до конечных потребителей.

Основными задачами оптовой торговли являются следующие:

- анализ информации о местных рынках;
- поиск поставщиков для организаций розничной торговли;
- закупка товаров у производителей и их хранение;
- формирование ассортимента для розничной торговли и индивидуальных предпринимателей.

Оптовая торговля является формой хозяйственных связей между производителями и потребителями, в том числе розничной торговлей и другими организациями.

Ее значение в том, что она обеспечивает рационализацию товародвижения, комплектацию ассортимента товаров с учетом требований розничной торговли, своевременный завоз товаров в розничную торговлю, воздействие на поставщиков с целью производства и поставки товаров в соответствии со спросом потребителей, обеспечение хранения больших партий товаров.

Оптовая торговля подразделяется по специализации на специализированную и универсальную, а по принадлежности на общереспубликанскую, находящуюся в ведении министерств, объединений и концернов, находящуюся в ведении потребительской кооперации и относящуюся к организациям частной формы собственности и индивидуальным предпринимателям.

*Розничная торговля* – вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Розничная торговля по товарной специализации подразделяется на:

- узкоспециализированную (товарная подгруппа: овощи);
- специализированную (не более четырех родственных товарных групп (подгрупп): безалкогольные напитки, алкогольные напитки, табачные изделия);

- универсальную, или неспециализированную (товарные группы продовольственных и непродовольственных товаров).

Узкоспециализированной считается розничная торговля товарами, относящимися к одной товарной подгруппе.

В соответствии с общегосударственным классификатором Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности», утвержденным постановлением Госстандарта Республики Беларусь 5 декабря 2011 г. № 85, розничная торговля считается специализированной, если в одном магазине реализуются товары, относящиеся к не более, чем четырем родственным товарным группам (подгруппам), входящим в одну из следующих группировок продаж:

- торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями;
- торговля топливом;
- торговля компьютерами и программным обеспечением;
- торговля прочими бытовыми товарами;
- торговля товарами культурно-развлекательного характера;
- торговля прочими товарами.

Согласно постановлению Министерства торговли Республики Беларусь от 24 декабря 2014 г. № 41 «О мерах по реализации постановления Совета Министров Республики Беларусь от 23 декабря 2014 г. № 1227», утвержден перечень потребительских товаров, согласно которому все товары объединены в три класса: продовольственные товары, непродовольственные товары и медицинские товары. Класс продовольственных товаров состоит из 14 товарных групп, отдельные из которых включают подгруппы (20). Класс непродовольственных товаров состоит из 40 товарных групп, отдельные из которых также включают подгруппы (65). Класс медицинских товаров состоит из 3 товарных групп без разделения на подгруппы. Таким образом, весь перечень потребительских товаров состоит из 57 товарных групп и 85 товарных подгрупп.

По формам или типу места обслуживания розничная торговля подразделяется на магазинную и внемагазинную:

- торговля в стационарных объектах торговли (здания, сооружения);
- торговля в нестационарных объектах торговли (автомагазины, торговые автоматы, тележки, лотки, палатки, корзины и др.);
- торговля вне торговых объектов (через Интернет, по каталогам, по почте, по образцам и др.).

Кроме этого, к формам розничной торговли относится комиссионная торговля, торговля на ярмарках, аукционах, рынках.

Государственная торговля подразделяется на республиканскую и коммунальную.

Торговля потребительской кооперации является отдельной торговой системой национальной экономики и принадлежит к частной форме собственности.

Частная торговля включает торговлю, осуществляемую индивидуальными предпринимателями и торговлю организаций, относящихся к частной форме собственности, за исключением организаций потребительской кооперации.

### **1.6. Экономические связи торговли с другими отраслями экономики**

Торговля, являясь самостоятельной отраслью национальной экономики, взаимодействует с другими отраслями народного хозяйства.

В условиях товарного производства связь между производством и личным потреблением (индивидуальным и общественным) осуществляется через торговлю, которая, будучи опорной составляющей экономических отношений, во многом способствует решению главной задачи общественного производства – удовлетворению растущих разносторонних потребностей людей. Реализуя произведенную потребительную стоимость с учетом требований закона стоимости, она связывает производство с потреблением и, согласно отведенным ей функциям, поддерживает соотношение между спросом и предложением в соответствии с действующими экономическими законами.

Закон стоимости предполагает эквивалентный обмен, в котором играют роль затраты труда на производство продукции и уровень производительности труда, формирующийся под влиянием научно-технического прогресса. Законы спроса и предложения, конкуренция непосредственно отражаются на уровне цен, соотношении денежных и товарных потоков, сбалансированности спроса и товарного предложения по объему, ассортименту и качеству.

В этих условиях торговля выступает как звено, соединяющее производство и потребление, благодаря ей реализуется стоимость товаров, т. е. окупаются затраты на производство и поддерживается непрерывность воспроизводства. Она обеспечивает сбалансированность спроса и предложения на потребительском рынке, оказывает влияние на производство и потребление, а также на объемы, ассортимент и качество товаров с учетом спроса населения.



Формы воздействия торговли на производство (отрасли легкой и пищевой промышленности, сельскохозяйственное производство) следующие:

- предоставление товаропроизводителям долгосрочных заказов на производство и поставку товаров;
- составление оперативных заявок на поставку товаров;
- участие в оптовых ярмарках, выставках-продажах;
- осуществление контроля за качеством и продвижением товаров;
- предъявление штрафных санкций при нарушении договора поставки товаров.

Кроме этого, торговля участвует в формировании доходов государственного бюджета, поскольку запланированные в бюджете поступления по налогам, сборам и другим видам платежей практически осуществляются лишь после реализации товаров конечному потребителю.

Около 90% всех поступлений наличных денег в кассы коммерческих банков составляет торговая выручка от продажи товаров конечному потребителю и от оказания услуг, что подтверждает тесную связь торговли с денежным обращением и финансовым обслуживанием.

Экономические отношения между регионами также развиваются посредством торговли. Товарно-региональный обмен вызван общественным разделением труда, неравномерным размещением производства и его специализацией, различиями в сырьевых и природно-климатических условиях. Обмен товарами позволяет регионам расширять и развивать производство, не ограничиваясь рамками местных рынков сбыта. Формой осуществления регионального товарного обмена является оптовая торговля.

Благодаря оптовой торговле продукция одних отраслей национальной экономики поступает в другие.

Как важный фактор социального развития общества торговля примерно на 80% обеспечивает удовлетворение потребностей населения в товарах народного потребления. Объем реализации товаров (товарооборот) является одним из важных показателей жизненного уровня населения, в том числе и по классификации ООН.

Следует подчеркнуть социально-психологическую значимость торговли. Приобретая товар в организациях торговли или у предпринимателя, покупатель выступает в качестве конечного потребителя: он удовлетворяет свои потребности.

Степень развития торговли и личного потребления отражает состояние производительных сил и уровень развития производственных отношений. По объему и структуре личного потребления можно су-

дять о возможностях участия индивидуума в общественном хозяйстве, поскольку они характеризуют его профессиональную подготовку, интеллектуальный, научный потенциал и т. п.

Потребности – важнейший элемент торговли и потребительского рынка. Удовлетворение личных потребностей является целью общественного производства, а производственных экономических потребностей – средством ее достижения.

Таким образом, торговля завершает процесс движения товара, предполагающий удовлетворение потребностей человека для обеспечения его нормального функционирования как биологического и социального организма. Ее можно рассматривать как политический индикатор благополучия государства или критерий надежности проводимой им социально-экономической политики.

## **1.7. Государственное регулирование торговли**

### ***1.7.1. Понятие и виды государственного регулирования***

*Государственное регулирование* – форма целенаправленного воздействия государства на экономические и социальные процессы с целью поддержания определенных тенденций в экономической и социальной жизни общества. Оно осуществляется прямым и косвенным методами воздействия на субъекты рынка.

*Прямое государственное регулирование* основывается на разработке и принятии соответствующих законов, подзаконных нормативных актов, принятии определенных ограничений, создании резервов, регулировании цен, лицензировании и др.

*Косвенное государственное регулирование* осуществляется посредством таких экономических регуляторов, как плановое регулирование, бюджетно-налоговая политика, денежно-кредитная политика, ценовая политика, политика доходов, система социальных гарантий и т. д.

Важным методом государственного регулирования выступает *плановое регулирование и прогнозирование*. В связи с тем, что рынок обостряет проблему социального неравенства и не очень восприимчив к социальным программам, связанным с образованием, медицинским обслуживанием, функционированием соответствующей инфраструктуры, возникает необходимость осуществления планирования, прогнозирования и управления со стороны государства. Цель этих мероприятий состоит в том, чтобы стимулировать развитие социальной

инфраструктуры, разрабатывать и осуществлять целевые программы, имеющие общенациональное значение применительно ко всем отраслям экономики.

*Бюджетно-налоговая политика* должна обеспечивать условия для роста деловой активности организаций, т. е. устанавливаемые государством ставки налогов должны активизировать и стимулировать развитие предпринимательской деятельности.

*Денежно-кредитная политика* также является одним из методов регулирования и важнейшим условием стабилизации экономики. Она определяет доступность кредитных ресурсов для всех структур. Основные направления денежно-кредитной политики нацелены на создание условий для выполнения прогнозных показателей социально-экономического развития, предпосылок для устойчивого экономического роста и повышения благосостояния населения.

В качестве основных принципов денежно-кредитной политики Национальным банком Республики Беларусь определены ее четкость, раскрытие конечной цели и промежуточных целевых ориентиров; обеспечение прозрачности денежно-кредитной политики, самостоятельное определение Национальным банком механизма применения инструментов денежно-кредитной политики, направленных на достижение ее целей, а также своевременное разъяснение участникам экономических отношений, широкой общественности тенденций и причин изменений параметров и структуры инструментов денежно-кредитной политики.

Конечной целью денежно-кредитной политики является обеспечение с помощью монетарных инструментов снижения инфляции.

*Ценовая политика* направлена на обеспечение спроса населения республики всеми необходимыми товарами и услугами. В целях недопущения роста уровня инфляции государственные органы регулируют цены на отдельные товары.

Государственное регулирование цен в торговле проявляется в определении предельных торговых надбавок на отдельные товарные позиции.

*Политика регулирования доходов* должна обеспечить организациям самостоятельность, возможность работы на принципах коммерческого расчета, но при соблюдении общенациональных интересов. Посредством ее проведения обеспечивается приоритетность развития тех или иных отраслей с использованием политики ценообразования.

### ***1.7.2. Направления государственного регулирования торговли***

Воздействие государства на сферу товарного обращения с целью сбалансирования спроса и предложения должно осуществляться в следующих направлениях:

- осуществление фискальной и монетарной политики;
- регулирование цен и тарифов на отдельные социально значимые товары;
- введение квот, лицензий, стандартов и технических условий к качеству товаров и услуг;
- установление социальных, гуманитарных и экологических норм;
- определение требований к статистической, бухгалтерской и иной информации, представляемой в государственные органы;
- разработка программ и осуществление мероприятий для достижения определенных целей торговли (например, стратегия устойчивого развития торговли).

### ***1.7.3. Принципы государственного регулирования торговли***

Основными принципами государственного регулирования торговли являются:

- соблюдение равенства прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на осуществление торговли;
- недопустимость неправомерного вмешательства государственных органов в деятельность субъектов торговли и поставщиков товаров;
- приоритет экономических мер государственного регулирования торговли;
- обеспечение реализации права субъектов торговли на свободное обращение товаров;
- обеспечение реализации права на свободу выбора контрагента и товаров;
- ограничение, пресечение и предупреждение монополистической деятельности, создание равных условий для развития свободной конкуренции;
- защита государством прав и законных интересов субъектов торговли, поставщиков товаров и покупателей.

#### ***1.7.4. Меры и органы государственного регулирования торговли***

К мерам государственного регулирования торговли относятся следующие:

- определение и реализация государственной политики в области торговли;
- лицензирование в случаях и порядке, предусмотренных законодательными актами Республики Беларусь;
- техническое нормирование, стандартизация, подтверждение соответствия требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации в случаях и порядке, предусмотренных законодательством Республики Беларусь;
- установление требований к организации и осуществлению торговли;
- введение ограничений и (или) запретов на осуществление торговли;
- ценообразование в области торговли;
- защита конкуренции в области торговли;
- содействие развитию торговли;
- информационное обеспечение субъектов торговли, поставщиков товаров и покупателей;
- установление нормативов государственных социальных стандартов в области торговли;
- осуществление контроля в области торговли.

Государственными органами в пределах своих полномочий проводится следующая работа:

- создание условий для эффективной деятельности субъектов торговли;
- поддержка инвестиционной деятельности;
- привлечение юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на договорной основе к реализации государственных целевых программ и заказов;
- осуществление программ демонаполизации торговли;
- поддержка и развитие предпринимательства;
- формирование стабилизационных фондов товаров;
- приватизация объектов торговли;
- освоение экономически малоэффективных торговых зон, расположенных в труднодоступных населенных пунктах, экологически неблагоприятных районах;
- создание и развитие отраслевых и территориальных ассоциаций, союзов торговых организаций;

- стимулирование торговли посредством размещения государственных заказов, субсидирования и иного экономического стимулирования в соответствии с законодательством.

Государственные органы содействуют субъектам торговли в развитии устойчивой и эффективной системы товародвижения, выполнении работ, оказании услуг потребителям и стимулировании их деятельности.

Государственный контроль в области торговли осуществляют:

- Совет Министров Республики Беларусь;
- Комитет государственного контроля Республики Беларусь;
- иные уполномоченные государственные органы в пределах их компетенций.

В перечень органов, осуществляющих регулирование торговой деятельности входят:

- Министерство антимонопольного регулирования и торговли, Белкоопсоюз;
- Государственный Комитет по стандартизации Республики Беларусь (Госстандарт);
- Верховный Суд Республики Беларусь, экономические суды областей и г. Минска;
- администрации президента, советы депутатов и исполнительные комитеты всех уровней;
- инспекции Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь;
- органы государственного санитарного надзора (районные, городские и областные центры гигиены, эпидемиологии и общественного здоровья);
- организации по защите прав потребителей (ОО «Белорусское общество защиты потребителей» и др.).

### ***1.7.5. Полномочия Президента и Совета Министров Республики Беларусь в области торговли***

*Президент* Республики Беларусь определяет единую государственную политику в области торговли и осуществляет иные полномочия в соответствии с Конституцией Республики Беларусь, Законом «О государственном регулировании торговли и общественного питания» и иными законодательными актами Республики Беларусь.

*Совет Министров* Республики Беларусь в области торговли выполняет следующее:

- обеспечивает проведение единой государственной политики;
- утверждает нормативы государственных социальных стандартов;
- устанавливает требования к осуществлению торговли, в том числе путем утверждения правил продажи товаров, разрабатываемых Министерством торговли Республики Беларусь;
- вводит ограничения и (или) запреты на осуществление торговли в случае необходимости обеспечения безопасности покупателей и защиты их интересов;
- определяет порядок создания и ведения Торгового реестра Республики Беларусь (далее – Торговый реестр), состав включаемых в него сведений, порядок внесения в Торговый реестр сведений, исключения из него сведений, порядок представления заинтересованным лицам информации, содержащейся в Торговом реестре;
- определяет порядок формирования и использования стабилизационных фондов товаров;
- определяет методику расчета доли субъектов торговли в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в границах г. Минска, городов областного подчинения, районов.

Взаимоотношения между потребителями и иными контрагентами регулируются Законом Республики Беларусь «О защите прав потребителей», который регулирует правовые, экономические и организационные основы в области защиты прав потребителей при осуществлении розничной торговли. Данный закон устанавливает права граждан на приобретение товаров надлежащего качества, безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды; на получение информации о товарах и их изготовителях; на просвещение в области защиты прав потребителей; на государственную и общественную защиту интересов последних.

Правила продажи отдельных видов товаров, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 703 от 22 июля 2014 г., устанавливают единые требования для частных, государственных и иностранных организаций торговли и индивидуальных предпринимателей в области торговли.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 724 от 30 мая 2003 г. «О мерах по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики» утвержден и периодически пересматривается норматив обеспеченности населения торговой площадью на 1000 человек.

Правительство республики ежегодно принимает решение о создании стабилизационного фонда продовольственных товаров на межсезонный период и формировании цен на продукцию растениеводства,

разрабатывает порядок организации и проведения конкурсных торгов для закупки товаров (работ, услуг), необходимых для удовлетворения государственных нужд.

С целью защиты конкуренции в области торговли Законом Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания» предусмотрено, что сетевые субъекты розничной торговли (за исключением субъектов потребительской кооперации), доля которых в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в границах города Минска, городов областного подчинения, районов за предыдущий финансовый год превышает 20%, не вправе приобретать, арендовать в этих границах дополнительную торговую площадь для осуществления этими субъектами розничной торговли или совершать иные действия, направленные на увеличение такой площади.

#### ***1.7.6. Полномочия Министерства антимонопольного регулирования и торговли по ее государственному регулированию***

Основные функции по регулированию торговой деятельности осуществляет Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь.

К полномочиям Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь в области торговли относятся:

- реализация государственной политики, в том числе путем принятия нормативных правовых актов в пределах своей компетенции;
- проведение анализа развития торговли, оценки эффективности применения мер по ее поддержке, подготовка на основании анализа и оценки эффективности прогноза развития торговли;
- разработка и утверждение отраслевых программ развития торговли в порядке, определенном Советом Министров Республики Беларусь, и обеспечение их реализации;
- координация деятельности иных республиканских органов государственного управления, государственных организаций, подчиненных Правительству Республики Беларусь;
- проведение анализа состояния потребительского рынка;
- разработка мер, направленных на создание условий для развития конкуренции в области торговли;
- осуществление совместно с государственными органами мероприятий по насыщению потребительского рынка товарами, повыше-



нию их качества и конкурентоспособности, свободному перемещению товаров между административно-территориальными единицами Республики Беларусь, а также обеспечение проведения закупочных и товарных интервенций;

- осуществление контроля в области торговли в порядке, установленном законодательными актами Республики Беларусь;

- применение к субъектам торговли, виновным в нарушении законодательства Республики Беларусь, мер ответственности в случаях и порядке, установленных законодательными актами Республики Беларусь;

- разработка и утверждение:

- технологические требования к организации процессов продажи товаров;

- классификация розничных торговых объектов по видам и типам;

- классификация форм торговли;

- перечень товаров с указанием количества их разновидностей (моделей, размеров, артикулов, сортов, иных разновидностей товаров, подлежащих включению субъектами торговли в ассортиментный перечень товаров);

- порядок подтверждения наличия документов о качестве и безопасности товаров при их продаже (совместно с Государственным комитетом по стандартизации Республики Беларусь, Министерством здравоохранения Республики Беларусь, Министерством сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь).

### ***1.7.7. Полномочия местных органов власти в области торговли***

Областные, городские (включая Минский городской), районные советы депутатов утверждают региональные программы развития торговли соответствующей административно-территориальной единицы, осуществляют контроль за выполнением этих программ и утверждают отчеты об их исполнении.

К полномочиям областных, городских (включая Минский городской), районных исполнительных комитетов на территории соответствующей административно-территориальной единицы в области торговли относятся следующие:

- проведение анализа состояния потребительского рынка, анализа развития торговли, оценки эффективности применения мер по ее поддержке, прогноза развития торговли;

- разработка и реализация региональных программ развития торговли;

- реализация мероприятий по насыщению потребительского рынка товарами, проведению закупочных и товарных интервенций;
- обеспечение формирования и использования стабилизационных фондов товаров в порядке, определенном Советом Министров Республики Беларусь;
- осуществление контроля в области торговли в порядке, установленном законодательными актами Республики Беларусь.
- разработка и утверждение схем размещения стационарных торговых объектов, торговых центров, рынков с учетом:
  - государственных социальных стандартов в области торговли;
  - оптимального размещения магазинов шаговой доступности, магазинов современного формата, магазинов с торговой площадью 3 000 м<sup>2</sup> и более;
  - требований законодательства Республики Беларусь об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности;
- разработка и утверждение перечней мест размещения нестационарных торговых объектов.

#### ***1.7.8. Направления повышения эффективности государственного регулирования торговли***

Повышению эффективности политики государственного регулирования в сфере торговли должны способствовать следующие меры макроэкономического характера:

- обеспечение единых подходов при осуществлении государственного регулирования торговой деятельности и деятельности товаропроизводителей;
- совершенствование института собственности, других институтов рыночной инфраструктуры (в том числе товарных рынков, рынков информационных и консультационных услуг), развитие конкуренции, разработка программы поддержки малых и средних организаций в период трансформации торговой сети под воздействием глобализационных процессов;
- содействие повышению конкурентоспособности товаров и услуг;
- совершенствование национальной системы управления качеством, приближение ее к международным стандартам;
- пересмотр критериев технического регулирования, в том числе касающихся лицензирования деятельности субъектов предпринимательства;

- переход к свободному ценообразованию при соответствующем государственном контроле за ценами организаций-монополистов и ценами на социально значимые товары;
- совершенствование амортизационной политики в направлении повышения заинтересованности торговых организаций в приобретении нового современного оборудования и внедрения прогрессивных технологий;
- оптимизация механизма налогообложения торговых организаций;
- повышение уровня компетентности государственных служащих в вопросах государственного регулирования и рыночной экономики; разработка государственной политики, направленной на формирование рыночной этики и идеологии, уважения предпринимательства;
- активное содействие открытию школ торгового бизнеса, курсов повышения квалификации, программ переподготовки руководящих работников и специалистов, торгово-оперативного персонала;
- стимулирование пропаганды здорового образа жизни и высокого качества потребления среди населения республики, поддержка рекламы отечественных товаропроизводителей;
- содействие повышению экономической и потребительской грамотности населения, совершенствование законодательной базы торговли, трансформация полномочий и функций органов государственного регулирования, защита прав индивидуальных предпринимателей и потребителей.

### **1.8. Состояние, основные тренды и перспективные направления развития торговли**

Современное состояние и развитие внутренней торговли национальной экономики во многом определяют мировые тенденции внутренней торговли в странах с развитым рынком.

Основными тенденциями развития торговли в начале XXI в. в условиях глобализации мирового потребительского рынка являются следующие:

- усиление внимания к продуктовой безопасности, расширение и признание общепринятых стандартов к качеству товаров;
- повышение роли торговли в формировании ассортимента производителей товаров на основе использования современных маркетинговых и информационных технологий;
- усиление конкуренции на потребительском рынке и изменение ее направленности в связи с приходом на рынок транснациональных корпораций;

- дальнейшая дифференциация торговых форматов;
- совершенствование и развитие рыночной инфраструктуры;
- увеличение затрат торговли на повышение уровня обслуживания покупателей по всем параметрам, включая информационные;
- расширение каналов дистрибуции торговыми компаниями, включая интернет-торговлю;
- усиление значимости инноваций как необходимого фактора повышения конкурентоспособности и эффективности деятельности торговых организаций;
- повышение роли торговли как фактора инвестиционной привлекательности региона.

Процессы экономического спада, начавшиеся в 1991 г., не смогли не отразиться на торговле. Бурно развивающаяся инфляция 1990-х гг. привела к значительному падению покупательной способности населения и соответственно снижению продаж, что не могло не отразиться на финансовом состоянии торговых организаций.

В 1990 г. объем розничного товарооборота Республики Беларусь составлял 18,7 млрд р., в 2000 г. – 39 360 000 млрд р. в сложившихся ценах без учета трех деноминаций. Однако его реальный объем в сопоставимых ценах в 2000 г. составил 17,9 млрд р., что составляет 95% от уровня 1990 г. То есть к началу XI в. объемы товарного потребления в национальной экономике не достигли 1990 г.

**Таблица 1 – Розничный товарооборот Республики Беларусь за 1990–2017 гг.**

Показатели	Год			Индекс товарооборота	
	1990	2000	2017	2000 г. к 1990 г.	2017 г. к 1990 г.
1. Розничный товарооборот: в текущих ценах, млрд р. (без учета деноминаций 1994, 2000 и 2016 гг.)	18,7	39 360 000	3 920 000 000	2 104 813	209 625 668
в ценах 1990 г., млрд р.	18,7	17,9	78,3	0,95	4,19
2. Индекс потребительских цен к 1990 г. (коэффициент)	–	2188443	50 050 280	–	–
Примечание – Источник: собственная разработка по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь.					

В настоящее время объемы внутренней торговли Республики Беларусь значительно превышают критические 1990-е гг. в связи с ростом реальных денежных доходов населения и увеличения его покупательной способности, соответственно, а также со значительным увеличением количества субъектов торговли в национальной экономике. В 2017 г. объем продаж населению в ценах 1990 г. составил 78,3 млрд р., что выше более чем в 4 раза (на 419%) уровня 1990 г.

Розничный товарооборот (РТО) Республики Беларусь в последние годы растет как в текущих, так и в сопоставимых ценах. Наиболее низкий темп его роста в сопоставимых ценах приходится на 2009 г. (103%), что связано с последствиями мирового экономического кризиса.

В 2017 г. РТО через все каналы реализации составил 39,2 млрд р. (36,2 млрд р. в 2016 г.). Темп его роста в текущих ценах составил 108,3%, а в сопоставимых – 103,8%. Реальный темп роста РТО организаций торговли составил 104,7%, а индивидуальных предпринимателей и физических лиц – 98,1%. Таким образом, прослеживается тенденция опережения роста объемов продаж организациями по сравнению с продажами индивидуальных предпринимателей и физических лиц.

Значительную долю в общем объеме товарооборота занимает товарооборот торговых организаций – 87,7% и, соответственно, 12,3% товарооборот индивидуальных предпринимателей и физических лиц. Наблюдается устойчивая тенденция роста доли товарооборота торговых организаций.

В разрезе форм собственности структура розничного товарооборота в 2017 г. выглядит следующим образом: 8,8% (рост на 0,2 процентного пункта) – товарооборот организаций государственной формы собственности; 69,9% (снижение на 0,4 процентного пункта) – частной; 21,6% (рост на 0,2 процентного пункта) – иностранной.

В последнее десятилетие идет тенденция снижения доли государственной собственности и роста доли организаций частной и иностранной собственности в товарообороте.

Структура товарооборота в зависимости от объема торговых организаций выглядит следующим образом. Доля товарооборота крупных торговых организаций составляет 64,6% (снижение на 1 процентный пункт), средних – 8,3% (рост на 0,3 процентного пункта), малых и микро – 27,1% (рост на 0,7 процентного пункта). В последние годы идет тенденция роста доли товарооборота крупных организаций торговли (торговых сетей).

Доля продажи товаров отечественного производства в товарообороте составила 64,4% (снижение на 1,5 процентного пункта), в том числе 80,8% – продовольственные товары и 44,2% – непродовольственные товары.

С 2009 г. идет устойчивая тенденция роста продаж через интернет-магазины. На 1 января 2017 г. их количество составило 3 834 ед., а удельный вес в товарообороте организаций – 2,8% (2,5% во всем товарообороте).

Розничный товарооборот торговли потребительской кооперации составил в 2017 г. 2,144 млрд р., а темп его роста в сопоставимых ценах – 90,6% к 2016 г. В 2017 г. произошло снижение реальных объемов продаж в кооперативной торговле на 9,4%. За последние 25 лет идет устойчивая тенденция потери конкурентных позиций кооперативной торговли. Если в 1991 г. ее доля в РТО Республики Беларусь через все каналы реализации составляла более 30%, в 2014 г. – 7,3%, то в 2017 г. только 5,5%. Это вызвано рядом как объективных, так и субъективных причин. Удельный вес розничной торговли потребительской кооперации в розничном товарообороте организаций составил 6,2%. Удельный вес в розничном товарообороте кооперативной торговли продовольственных товаров составил 91,5% и, соответственно, 8,5% непродовольственных, что объясняется более низкой покупательной способностью сельского населения по сравнению с городским. На 1 января 2018 г. в торговле потребительской кооперации было занято 33,7 тыс. чел.

Следующей тенденцией в развитии торговли последних лет является снижение доли продовольственных товаров в общем объеме продаж и соответственно рост доли непродовольственных товаров. Если в 2000 г. доля продовольственных товаров составляла 60%, то в 2017 г. – 50,6%, непродовольственных соответственно – 49,4%. Темп роста физического объема продаж продовольственных товаров в 2017 г. составил 102%, непродовольственных – 105,7%. Можно сделать вывод об определенном росте покупательской способности населения в последние годы.

Уровень товарных запасов в целом по розничной торговле на 1 января 2017 г. составил 56 дней (продтовары 23 дня, непродтовары – 99 дней), что выше уровня начала прошлого года на 8 дней. Средние товарные запасы по торговле Республики Беларусь в 2017 г. составили 52 дня. Товарные запасы торговли потребительской кооперации на 1 января 2017 г. составили 39 дней.

В связи с переходом все большей части населения на использование при расчетах банковских пластиковых карт, наметилась тенденция устойчивого роста продаж путем безналичных расчетов. Если в 2006 г. доля продаж по безналичным расчетам составляла 1,1%, то в 2016 г. – 28,1% в товарообороте торговых организаций (24,6% во всем товарообороте). В торговле потребительской кооперации этот показатель в 2016 г. составил 16,4%.

На 1 января 2018 г. количество торговых организаций, включая розничную и оптовую торговлю составило 42 197 ед., что составляет 29,8% от количества всех организаций национальной экономики.

На начало 2018 г. количество организаций розничной торговли составило 21 309 ед., 93,8% из которых являются организациями частной формы собственности. Розничная торговля Республики Беларусь в настоящее время объединяет более 106 тыс. торговых объектов (с учетом торговых объектов в торговых центрах и на рынках), из которых более 54 тыс. магазинов с торговой площадью 5 353 тыс. м<sup>2</sup>. Количество рынков составляет 388 ед., торговых центров – 531 ед. В последнее десятилетие увеличивается обеспеченность населения торговыми площадями. Если в 2005 г. торговая площадь на 1 000 жителей составляла 294 м<sup>2</sup> в целом по стране, то на начало 2017 г. – 563 м<sup>2</sup> (354 м<sup>2</sup> в сельской местности), что говорит о росте социальной эффективности торговли. Розничная торговля потребительской кооперации в настоящее время объединяет более 8 тыс. торговых объектов с торговой площадью 871,3 тыс. м<sup>2</sup>.

В розничной торговле на 1 января 2018 г. занято 485,9 тыс. чел., что составляет 11,2% занятого населения.

В 2017 г. оптовый товарооборот Республики Беларусь составил 75,8 млрд р. (темп роста в текущих ценах к 2016 г. составил 111,7%, а в сопоставимых ценах – 104,5%), в том числе 58,9 млрд р. – организаций оптовой торговли. В разрезе форм собственности по товарообороту наибольший удельный вес занимает частная оптовая торговля (81,7%), иностранная – 9,1% и государственная – 9,2%. Идет тенденция роста доли организаций частной формы собственности в оптовом товарообороте. В настоящее время оптовая торговля представлена 15 374 организациями различных организационно-правовых форм из которых 175 являются крупными и средними (1,1%), 1 345 малыми (8,8%) 13 854 микроорганизациями (90,1%). На долю г. Минска приходится около 70% организаций оптовой торговли. МТБ оптовой торговли охватывает 8 056 общетоварных складов, 213 складов-холодильников, 24 хранилища для овощей и фруктов, 132 магазина-склада. В оптовой торговле занято 145,1 тыс. чел., что составляет 3,3% занятого населения. Оптовый товарооборот потребительской кооперации в 2017 г. составил 0,34 млрд р., а его доля в обороте организаций оптовой торговли Республики Беларусь – 0,6%.

В настоящее время в розничной и оптовой торговле занято более 631 тыс. человек, что составляет 14,5% от занятого населения Республики Беларусь в 2017 г. (второе место после промышленности). В последние годы прослеживается тенденция увеличения доли занятых в торговле.

Таким образом, *основными трендами в развитии торговли* являются:

- рост доли частной собственности в количестве торговых организаций как розничной, так и оптовой торговли; в количестве торговых объектов и объемах продаж;
- рост объемов продаж розничной торговли как в текущих, так и в сопоставимых ценах в целом и в среднем на одного человека;
- рост удельного веса продаж непродовольственных товаров в общем объеме продаж;
- опережение роста продаж организациями по сравнению с рынками и торговыми центрами;
- активизация и, соответственно, увеличение доли электронной торговли и торговли с использованием пластиковых карт;
- усиление приверженности потребителей к супермаркетам и гипермаркетам;
- активизация продаж через новые каналы торговли (мобильные предложения, социальные сети, реклама в лифтах и др.);
- рост доли занятости в торговле и общепите.

*Основными направлениями в перспективном развитии торговли* будут:

- совершенствование типизации и специализации торговой сети;
- совершенствование ассортиментной политики;
- развитие дискаунтеров;
- восстановление работы ранее закрытых торговых объектов, особенно в сельских населенных пунктах;
- развитие сетевой торговли в районных центрах;
- совершенствование работы организаций торговли с производителями и импортерами;
- создание логистических центров;
- рост объемов электронной торговли.

### **1.9. Направления устойчивого развития торговли в рамках Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г.**

*Основная цель стратегического развития торговли* – стабильное обеспечение спроса различных категорий населения в высококачественных товарах широкого ассортимента, преимущественно отечественного производства, при высоком уровне обслуживания.



Необходима глубокая и всесторонняя модернизация торговли, которая должна войти в группу инновационных видов деятельности и внести весомый вклад в динамику и эффективность национальной экономики.

Таблица 2 – Показатели развития торговли

Показатели	2015 г.	2020 г.	2025 г.	2030 г.
1. Рост розничного товарооборота торговли (за пятилетие), % <sup>1</sup>	167,2	117–131	119,5–129	116,5–129,5
2. Удельный вес товаров отечественного производства в общем объеме розничного товарооборота, %	67	70	72	75
3. Удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов в общем объеме розничного товарооборота торговли, %	2	3,5	5,5	10

На первом этапе (2016–2020 гг.) приоритетными направлениями станут:

- развитие электронной торговли (электронный документооборот и маркетинг, электронные закупки) и логистики, что позволит увеличить долю интернет-торговли в общем объеме розничного товарооборота торговли от 1,5% в 2013 г. до 10% в 2030 г.;
- расширение использования системы электронного декларирования;
- формирование торговых объектов шаговой доступности наряду с крупными розничными торговыми структурами, применяющими сетевые технологии;
- развитие приграничной торговли;
- повышение эффективности товаропроводящей сети за рубежом, создание совместных предприятий, торговых домов, сервисных центров;
- организация международных выставок, ярмарок, презентаций инновационных товаров;
- развитие национальной системы стимулирования экспорта за счет расширения форм гарантирования, страхования и финансирования экспорта с поддержкой государства.

---

<sup>1</sup> Показатель включает розничный товарооборот организаций торговли и розничный товарооборот на рынках, в торговых центрах.

Важное значение имеет достижение рекомендуемых норм потребления пищевых продуктов, изделий легкой промышленности, нормативов рациональной обеспеченности предметами культурно-бытового и хозяйственного назначения, а также рациональных нормативов потребления платных услуг, что потребует существенного увеличения объемов производства товаров и услуг, ускорения обновления их ассортимента.

В общем объеме предлагаемых на рынке товарных ресурсов будет повышена доля товаров отечественных производителей. По тем видам продукции, потребность в которых может быть обеспечена за счет собственного производства, доля импорта в объеме продаж не должна превышать 10–20%.

Поставлена задача повысить долю товаров отечественного производства в общем объеме розничного товарооборота до 75% в 2030 г. (против 64,3% в 2013 г.). Стратегический ориентир удельного веса товаров отечественного производства в розничном товарообороте организаций торговли в 2030 г. – 80% (против 69,6% в розничном товарообороте торговых организациях в 2013 г.), в том числе по продовольственным товарам – 85% (82,6% в 2013 г.). Для этого потребуются активизировать работу с крупными товаропроизводителями и торговыми сетями по повышению качества выпускаемой продукции.

Значимую роль в обработке внутриреспубликанских товарных потоков будут выполнять оптово-логистические центры.

Продвижению белорусских товаров на зарубежные рынки будет способствовать поэтапное вступление Беларуси во Всемирную торговую организацию, что потребует дальнейшего совершенствования и унификации договорной правовой базы.

*На втором этапе (2021–2030 гг.)* предусматривается усиление социальной ориентации в развитии потребительского рынка. Всем категориям населения будет предоставлена возможность выбора широкого ассортимента качественных товаров и услуг по доступным для них ценам. Прогнозируется увеличение розничного товарооборота на 153–190%.

Будет активно развиваться инфраструктура розничной торговли, что позволит приблизиться к уровню развитых стран по показателю обеспеченности торговыми площадями. Норматив обеспеченности населения торговой площадью увеличится с 600 м<sup>2</sup> на 1 000 чел. населения в 2015 г. до 650 м<sup>2</sup> на 1 000 чел. в 2030 г. Достижению данной цели будет способствовать реализация ряда масштабных проектов по строительству современных торгово-развлекательных центров и комплексов.

Совершенствование производства и продажи потребительских товаров будет нацелено на создание условий для гармоничного развития человека и обеспечение его высокого уровня жизни. Реализация этой задачи требует качественного улучшения структуры товарооборота. В общем объеме розничного товарооборота возрастет доля продаж непродовольственных товаров (с 52% в 2013 г. до 60% к 2030 г.). В структуре спроса продовольственных товаров будет повышена доля продуктов питания и сократится удельный вес алкогольных напитков. При этом существенно увеличится объем продаж овощей, фруктов, рыбных продуктов, экологически чистой сельскохозяйственной продукции.

## **Тема 2. ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ЕЕ ВНЕШНЯЯ СРЕДА**

### **2.1. Понятие организации торговли, ее основные черты**

*Организация* – это самостоятельный субъект экономики, обладающий правами юридического лица, учрежденный или образованный в соответствии с национальным законодательством с целью производства и реализации продукции, работ и услуг для удовлетворения общественных, коллективных и личных потребностей.

По состоянию на 1 января 2018 г. в Республике Беларусь зарегистрировано 384 900 хозяйственных субъектов, из которых 141 400 являются юридическими лицами (организациями) и 243 500 индивидуальными предпринимателями.

*Торговая организация* – это субъект экономики, основным видом деятельности которого является торговля. В торговле функционирует 42 197 организаций, что составляет 29,8% от их общего количества.

Особенностью торговых организаций является то, что их деятельность в наибольшей степени связана с потребителями товаров и услуг. Поэтому целью организаций торговли является получение необходимой прибыли при удовлетворении спроса потребителей путем закупки, хранения и реализации товаров, которые ему соответствуют.

Сущность любой организации, в том числе и торговой, выражается тремя аспектами или чертами:

1. *Юридический аспект* предполагает наличие у организации признаков юридического лица (рисунок 3).



Рисунок 3 – Признаки юридического лица

Признак владения или распоряжения имуществом предполагает наличие у организации имущества на праве собственности или хозяйственного ведения, а также самостоятельного баланса.

Признак самостоятельной имущественной ответственности предполагает возможность обращения кредиторов с целью взыскания имущества.

Признак самостоятельного выступления в хозяйственном обороте от своего имени предполагает наличие у организации средств индивидуализации, таких как наименование, торговая марка, товарный знак и др.

Признак организационного единства предполагает наличие внутренней структуры организации, органов управления, учредительных документов.

2. *Хозяйственный аспект* предполагает, что на основании имущества, используемого для торговой деятельности, организация удовлетворяет спрос и получает прибыль. Состав хозяйственного комплекса организации включает земельные участки, здания, сооружения, оборудование, тару, товары, денежные средства, долги, права требования, права собственности, авторские и лицензионные права.

3. *Отраслевой аспект* предполагает единство материально-вещественной, торгово-технологической и организационно-экономической структуры в функционировании торговой организации.

## 2.2. Классификация организаций торговли

Организации торговли классифицируются по различным признакам, основными из которых являются цель деятельности, объем деятельности, вид деятельности и др. (рисунок 4).

## КЛАССИФИКАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

<b><i>По цели деятельности:</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• коммерческие;</li> <li>• некоммерческие</li> </ul>
<b><i>По форме собственности:</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• государственные;</li> <li>• частные;</li> <li>• иностранные</li> </ul>
<b><i>По объему деятельности:</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• микроорганизации;</li> <li>• малые;</li> <li>• средние;</li> <li>• крупные</li> </ul>
<b><i>По виду деятельности:</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• розничные;</li> <li>• оптовые;</li> <li>• оптово-розничные;</li> <li>• комбинированные</li> </ul>
<b><i>По участию иностранного капитала:</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• совместные;</li> <li>• зарубежные;</li> <li>• иностранные</li> </ul>
<b><i>По специализации:</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• специализированные;</li> <li>• универсальные</li> </ul>

Рисунок 4 – Классификация организаций торговли

*Целью коммерческих организаций* является получение прибыли, *некоммерческих организаций* – выполнение определенных социальных функций (рисунок 5).

*По принадлежности к формам собственности* на 1 января 2015 г. в торговле зарегистрировано 143 организации государственной формы собственности (0,3% от общего количества), 43 331 организации частной формы собственности (93,7%) и 2 754 иностранных организаций (6%).



Рисунок 5 – Классификация организаций по целям деятельности

Согласно критерию объемов деятельности, Законом Республики Беларусь «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства» № 148-З от 1 июля 2010 г. основным критерием отнесения организаций к различным объемам, определена численность занятых в них работников. По данному критерию выделяют следующие организации:

- микроорганизации со средней численностью до 15 чел.;
- малые – от 16 до 100 чел.;
- средние – от 101 до 250 чел.

Соответственно к крупным относятся организации со средней численностью свыше 250 чел.

Средняя численность работников за календарный год определяется как списочная численность работников в среднем за год (за исключением работников, находящихся в отпусках по беременности и родам, в связи с усыновлением (удочерением) ребенка в возрасте до трех месяцев, по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет); средняя численность работающих по совместительству с местом основной работы у других нанимателей; средняя численность лиц, выполнявших работы по гражданско-правовым договорам.

Международная организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) следующим образом классифицирует организации по объему деятельности:

- очень малые (до 19 чел.);
- малые (от 20 до 99 чел.);
- средние (от 100 до 499 чел.);
- крупные (свыше 500 чел.).

*Участие иностранного капитала.* Совместные организации, или организации с участием иностранного инвестора расположены на территории Республики Беларусь, имеют в уставном фонде долю, принадлежащую иностранному инвестору. Эта доля предельным размером не ограничена, за исключением страховых организаций, где она не может составлять более 49%.

*Зарубежные* – это организации или филиалы (представительства) организаций Республики Беларусь, созданные в другой стране.

*Иностранные* – это организации, в которых весь капитал принадлежит физическому или юридическому лицу другого государства.

Согласно специализации, к *специализированным* организациям торговли относятся организации, в объеме деятельности которых преобладает реализация товаров, относящихся к одной или нескольким товарным группам, объединенным однородной потребительской направленностью (электротовары и телерадиотовары). *Универсальные* организации специализируются на реализации товаров различных товарных групп как продовольственных, так и непродовольственных товаров.

## **2.3. Хозяйственно-правовые формы коммерческих организаций**

*Организационно-правовая форма* хозяйствующего субъекта – признаваемая законодательством той или иной страны форма хозяйствующего субъекта, определяющая способ закрепления и использова-

ния имущества хозяйствующим субъектом и вытекающие из этого его правовое положение и цель деятельности.

В соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь все коммерческие организации в том числе и торговые, могут создаваться в следующих организационно-правовых формах: хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, производственные кооперативы (артели), унитарные предприятия, крестьянские (фермерские) хозяйства (рисунок 6).



Рисунок 6 – Хозяйственно-правовые формы организаций

*Хозяйственные общества и товарищества* – это коммерческие организации, в которых уставный фонд разделен на доли или вклады учредителей. Имущество, созданное за счет этих вкладов, принадлежит организации на правах собственности.



Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и командитного товарищества.

Хозяйственные общества могут создаваться в форме акционерного общества, общества с ограниченной ответственностью или общества с дополнительной ответственностью.

*Полное товарищество* – организация, участники которой несут полную ответственность имуществом по обязательствам.

Полным признается товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и солидарно друг с другом несут всю ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества.

Фирменное наименование полного товарищества должно содержать имена (наименования) всех его участников, а также слова «полное товарищество» либо имя (наименование) одного или нескольких участников с добавлением слов «и компания» и «полное товарищество».

*Командитное товарищество* – организация, в которой наряду с учредителями, несущими полную ответственность (полными товарищами), есть один или несколько вкладчиков, которые несут ответственность в пределах своих вкладов (командитов). Однако они не принимают участия в осуществлении управления организацией.

Фирменное наименование командитного товарищества должно содержать либо имена (наименования) всех полных товарищей и слова «командитное товарищество», либо имя (наименование) не менее чем одного полного товарища с добавлением слов «и компания» и «командитное товарищество».

*Общество с ограниченной ответственностью (ООО)* – это организация, в которой уставный фонд разделен на доли, согласно учредительным документам, а его участники не отвечают по его обязательствам и несут риск в пределах своих вкладов.

Фирменное наименование общества с ограниченной ответственностью должно содержать наименование общества и слова «с ограниченной ответственностью».

Участники *общества с дополнительной ответственностью (ОДО)* несут совместную ответственность в пределах, определяемых учредительными документами. При банкротстве одного из учредителей, его ответственность (долг) распределяется между остальными участниками, пропорционально их вкладам.

Фирменное наименование общества с дополнительной ответственностью должно содержать наименование общества и слова «с дополнительной ответственностью».

*Акционерное общество* (АО) – коммерческая организация, уставный фонд которой разделен на определенное число долей (акций). Акционеры не отвечают по обязательствам организации и несут убытки только в пределах стоимости своих акций.

Фирменное наименование акционерного общества должно содержать его наименование и указание на то, что общество является акционерным.

Акционерные общества могут быть закрытыми и открытыми.

Акционерное общество, участник которого может использовать принадлежащие ему акции без согласия других акционеров, признается открытым акционерным обществом. Такое акционерное общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и свободную продажу их на условиях, устанавливаемых законодательством о ценных бумагах, а в случае размещения дополнительно выпускаемых акций за счет собственных средств этого общества и (или) его акционеров, а также в иных случаях, предусмотренных законодательными актами, – закрытое размещение дополнительно выпускаемых акций (среди ограниченного круга лиц).

Открытое акционерное общество обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет в объеме, определяемом законодательством.

Акционерное общество, участник которого может использовать принадлежащие ему акции только с согласия других акционеров и (или) ограниченного круга лиц, признается закрытым акционерным обществом. Закрытое акционерное общество вправе осуществлять только закрытое (среди ограниченного круга лиц) размещение дополнительно выпускаемых акций.

*Производственным кооперативом*, или *артелью*, признается коммерческая организация, участники которой вносят паевые взносы, образуя паевой фонд, принимают личное участие в ее работе и несут ответственность в равных долях, если иное не предусмотрено уставом. Фирменное наименование кооператива должно содержать его наименование и слова «производственный кооператив» или слово «артель».

*Унитарное предприятие* – коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней имущество. Оно является неделимым и принадлежит ему на праве хозяйственного владения. Унитарное предприятие может быть государственным (республиканским (РУП), коммунальным КУП)) или частным (ЧУП).

Имущество республиканского унитарного предприятия находится в собственности Республики Беларусь и принадлежит такому пред-

приятно на праве хозяйственного ведения или оперативного управления.

Имущество коммунального унитарного предприятия находится в собственности административно-территориальной единицы и принадлежит такому предприятию на праве хозяйственного ведения.

Имущество частного унитарного предприятия находится в частной собственности физического лица (совместной собственности супругов) либо юридического лица и принадлежит такому предприятию на праве хозяйственного ведения.

Унитарное предприятие, основанное на праве хозяйственного ведения, учреждается по решению собственника его имущества, иных субъектов гражданского права.

Унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления (казенное предприятие), учреждается по решению Правительства Республики Беларусь на базе имущества, находящегося в собственности Республики Беларусь.

Фирменное наименование унитарного предприятия должно содержать указание на форму собственности.

*Крестьянское (фермерское) хозяйство* – коммерческая организация, созданная одним гражданином (членами одной семьи), внесшим (внесшими) имущественные вклады, для осуществления предпринимательской деятельности по производству сельскохозяйственной продукции, а также по ее переработке, хранению, транспортировке и реализации, основанной на его (их) личном трудовом участии и использовании земельного участка, предоставленного для этих целей в соответствии с законодательством об охране и использовании земель.

Для создания этой организации членами семьи признаются супруги, их родители (усыновители), дети (в том числе усыновленные), братья и сестры, супруги и дети указанных лиц, а также другие лица, признанные членами семьи в соответствии с законодательством о браке и семье.

## **2.4. Хозяйственно-правовые формы некоммерческих организаций**

Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, природоохранных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты

прав, законных интересов граждан и юридических лиц, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи в соответствии с законодательством, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ.

Некоммерческие организации могут создаваться в форме потребительских кооперативов, общественных или религиозных организаций (объединений), учреждений, фондов, а также в других формах, предусмотренных законодательными актами.

*Потребительским кооперативом* признается добровольное объединение граждан либо граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных (имущественных) и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов.

Наименование потребительского кооператива должно содержать указание на основную цель его деятельности, а также слово «кооператив» или слова «потребительский союз», «потребительское общество».

*Общественными и религиозными организациями (объединениями)* являются некоммерческие организации, основанные на добровольном объединении граждан, связанных общими интересами для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей.

Республиканскими государственно-общественными объединениями являются некоммерческие организации, целью деятельности которых является выполнение возложенных на них государственно значимых задач.

Учредителями республиканского государственно-общественного объединения и его членами могут являться физические и юридические лица, а также Республика Беларусь в лице действующих от ее имени уполномоченных государственных органов и юридических лиц.

Республиканское государственно-общественное объединение может в установленном порядке создавать свои организационные структуры, в том числе в виде юридических лиц, а также создавать иные юридические лица или участвовать в них в соответствии с уставом.

*Фондом* является некоммерческая организация, учрежденная гражданами (гражданином) и (или) юридическими лицами (юридическим лицом) на основе добровольных имущественных взносов, преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные, содействующие развитию физкультуры и спорта, научные или иные общественно полезные цели.

Наименование фонда должно содержать слово «фонд» и указание на характер деятельности и вид фонда.

*Учреждением* является организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая им полностью или частично.

*Ассоциация (союз)* – это некоммерческая организация, созданная в объединении коммерческими организации друг с другом или с некоммерческими и индивидуальными предпринимателями в целях координации их деятельности, представления и защиты общих интересов. Ассоциация (союз) является юридическим лицом.

## **2.5. Характеристика внешней среды организации, ее виды и элементы**

Факторы и условия, которые оказывают влияние на деятельность торговой организации, в совокупности образуют ее среду. Среда организации, в свою очередь, в зависимости от направления своего воздействия подразделяется на внешнюю и внутреннюю среду.

*Внешняя среда* характеризуется следующими свойствами:

- взаимозависимостью факторов;
- значительным количеством факторов;
- динамичностью изменения;
- неопределенностью.

Эти свойства проявляются в следующих чертах:

- *сложность* – число факторов, на которые организация должна реагировать, а также уровень вариативности каждого фактора;

- *динамизм* – темпы движения, скорость, с которой происходят изменения в окружении организации (подвижность внешней среды оценивается исходя из частоты, величины и регулярности изменений факторов);

- *неопределенность* (непредсказуемость будущего) зависит от количества и надежности информации о конкретных внешних факторах, влияющих на развитие организации (чем выше неопределенность, тем с большим числом проблем приходится сталкиваться менеджерам организации);

- *взаимосвязанность и зависимость факторов внешней среды* – уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие.

Степень взаимодействия организации с различными элементами внешней среды различна. С одними из них установлены прямые и обратные связи, влияние других можно лишь учесть в своей деятельно-

сти. Поэтому внешняя среда организации подразделяется на *внешнюю среду прямого воздействия (микросреда)* и *внешнюю среду косвенного воздействия (макросреда)* (рисунок 7).



Рисунок 7 – Элементы внешней среды организации

От потребителей в наибольшей степени зависит успех организации на рынке, так как потребители решают, какие товары и в каком количестве приобретать. Влияние потребителей отражается в давлении на цены с целью их снижения, в давлении на качество и ассортимент товаров, а также на улучшение торгового обслуживания.

В условиях свободы выбора поставщиков, организации торговли должны закупать товары, исходя из коммерческих интересов, учитывая соотношение спроса и предложения через механизм цен.

Одним из решающих факторов в современных условиях является конкурентная среда организации. Этот фактор выражается в отношении потребителей и поставщиков к торговой организации и подстегивает ее эффективно работать, чтобы удержать и укрепить свои конкурентные позиции на рынке.

*Государственное регулирование* деятельности организации определяется политикой правительства, законодательных органов, местных органов власти в области регулирования торговли, налогообложения, ценообразования, кредитования, валютного и таможенного регулирования деятельности организаций.

*Профсоюзы* регулируют отношения нанимателей или работодателей с работниками и во многом способствуют изменениям условий и оплаты труда персонала, что также воздействует на эффективность работы организации.

Состояние среды функционирования организации определяет ряд косвенных факторов или факторов макросреды: экономических, политических, социально-культурных, научно-технических, международных, демографических.

*Экономические факторы* обуславливают состояние экономики, которое влияет на цели организации и способы их достижения. К ним относят темпы инфляции, уровень доходов населения, уровень занятости населения, ставку рефинансирования, курс национальной валюты и т. д. Каждый из этих факторов может представлять собой либо угрозу, либо новую возможность для организации.

Состояние экономики в государстве выражается действиями правительства по регулированию занятости и безработицы, инфляции, стимулированию экономического роста, инвестиционной и инновационной деятельности.

*Политические факторы* проявляются в том, что от политической стабильности в обществе зависит уровень притока инвестиций и других ресурсов в определенный регион. Отношение государственных органов власти к бизнесу выражается в установлении различных льгот или пошлин, которые либо развивают бизнес в регионе, либо вытесняют его, создавая неравноправные условия для организаций. Также используются приемы лоббирования интересов определенных групп в правительственных учреждениях, что также оказывает влияние на весь бизнес в целом.

К политическим факторам относятся уровень политической стабильности, отношение государства к предпринимательству, стабильность деятельности правительства.

*Социально-культурные факторы.* При организации коммерческой деятельности нельзя не учитывать ту культурную среду, в которой она происходит.

Речь идет, прежде всего, о преобладающих в обществе жизненных ценностях и традициях, на основе которых базируется стандарт поведения. Известно принципиальное отличие американского и японского

стандартов. В первом случае стандарт выражен в индивидуалистическом подходе к организации, во втором – в семейном подходе. Соответственно, нормой поведения в первом случае является стремление к карьерному росту с регулярной сменой мест работы, в другом – человек работает в организации на протяжении всей жизни.

Таким образом, к *социально-культурным факторам* можно отнести традиции и жизненные ценности, уровень культуры.

*Научно-технический прогресс* является фактором, который определяет возможность повышать эффективность производства, а следовательно, эффективность способов удовлетворения потребителей. Для того чтобы организация могла быть конкурентоспособной, необходимо собирать, хранить и распределять большие объемы информации о новациях, возникающих в среде деятельности. В последнее время появились совершенно новые технологии обработки ресурсов и информации: компьютерная и лазерная техника, робототехника, спутниковая связь, биотехнологии и т. д. Исследователи говорят о высокой скорости изменения технологий, и эта тенденция сохраняется.

*Международные факторы.* Ранее считалось, что международная среда является объектом внимания только тех организаций, которые работают на экспорт. Теперь изменения в мировой торговле затрагивают практически все организации. В современном мире присутствует тенденция глобализации рынка, переход к геоэкономике.

Это значит, что стираются границы между бизнесом в различных странах, развиваются транснациональные корпорации, все большее влияние имеют международные экономические и политические организации. К факторам, обуславливающим развитие международного бизнеса, относятся более низкие издержки ведения бизнеса за границей, стремление уйти от торговых ограничений внутри страны, а также инвестиционные и производственные возможности других стран.

Влияние *международных событий* проявляется на деятельности конкретной организации через отношения других государств, международных, финансовых и общественных организаций (ООН, МВФ, ОЭСР и др.).

К демографическим факторам относятся уровень и продолжительность жизни, половозрастной и национальный состав в зоне деятельности организации.

Для внешней среды характерно наличие множества связей между ее элементами.

*Вертикальные* связи возникают с момента государственной регистрации организации и включения ее в хозяйственную систему,



т. е. взаимоотношения организаций с государственными органами управления республиканского и регионального уровня.

*Горизонтальные* связи обеспечивают непрерывность процессов производства и реализации продукции, отражают взаимоотношения с поставщиками ресурсов, с покупателями, конкурентами, партнерами.

Для стабильного функционирования и развития организации необходимо:

- уметь адаптироваться к воздействию внешних факторов;
- наиболее полно использовать благоприятные условия;
- нейтрализовать действие негативных факторов;
- соответствие стратегических целей организации положительно-му восприятию внешней средой.

В основе решения данных задач лежит всесторонний анализ внешней среды, для проведения которого необходимо использовать показатели внешней среды.

## **2.6. Показатели внешней среды организации.**

### **Методика их расчета**

В процессе анализа и планирования торговой деятельности используются различные показатели:

- натуральные и стоимостные;
- абсолютные и относительные;
- количественные и качественные;
- расчетные и утверждаемые.

Внешняя среда организации выражается рядом показателей (таблица 3).

Таблица 3 – Показатели внешней среды организации торговли

Показатели	Качественная характеристика, значимость
<b>1. Показатели, характеризующие состояние и динамику рынка в зоне деятельности организации</b>	
Емкость рынка зоны деятельности торговой организации	Потенциальная возможность реализации товаров
Изменение емкости рынка зоны деятельности организации	Изменение потенциальной возможности реализации товаров
Доля рынка торговой организации: по спросу	Отражение конкурентных позиций
по товарообороту	
по количеству торговых объектов	

Изменение доли рынка	Изменение (увеличение, потеря) конкурентных позиций
----------------------	---

Продолжение таблицы 3

Показатели	Качественная характеристика, значимость
Конъюнктура рынка	Соотношение изменения спроса и предложения
Конкурентная среда организации: количество торговых объектов в зоне деятельности торговой организации	Угроза конкурентным позициям
доля рынка организаций конкурентной среды	
изменение доли рынка торговых организаций	
преимущества организаций конкурентной среды	Анализ слабых сторон торговых организаций
<b>2. Показатели, характеризующие население и его доходы</b>	
Население в зоне деятельности организации, всего	Проявление спроса на товары
В том числе:	
мужчины	
женщины	
дети	
экономически активное население	
пенсионеры	
сельское население	
городское население	
Темп изменения численности, в том числе по отдельным категориям	Изменение спроса
Денежные доходы (покупательные фонды) населения	Основа формирования спроса
Темп изменения денежных доходов населения, в том числе по отдельным категориям	Изменение объема спроса
<b>3. Показатели, характеризующие поставщиков факторов производства в торговые организации</b>	
Поставщики товарных ресурсов: количество поставщиков (промышленные и сельскохозяйственные организации, посредники)	Бесперебойное и качественное товароснабжение
изменение количества поставщиков	Выявление лучших условий поставки

условия поставки товаров у действующих и других поставщиков	
---	--

Окончание таблицы 3

Показатели	Качественная характеристика, значимость
Поставщики финансовых ресурсов: количество кредитных учреждений в зоне деятельности торговой организации	Источники получения организациями краткосрочных и долгосрочных инвестиций
условия кредитования	Выбор кредитного учреждения с наиболее выгодными условиями кредитования
Поставщики трудовых ресурсов: высшие, средние специальные учреждения образования	Источники получения квалифицированных работников
центры занятости населения	
другие источники	Выбор наиболее квалифицированных и компетентных работников

*Емкость рынка* – экономическая категория, которая определяется возможным объемом реализации на рынке конкретных товаров в течение определенного периода времени, выраженным в физическом или стоимостном эквиваленте. Емкость рынка определяется возможным объемом потребления товаров.

Есть два показателя емкости рынка. Емкость национального рынка рассчитывается по формуле

$$\frac{A_{i\bar{e}m\bar{o}u}}{\bar{d}u\bar{i}\bar{e}\bar{a}} \bar{i}\bar{a}\bar{i} = \frac{I\bar{a}u\bar{a}\bar{i}}{\bar{i}\bar{d}\bar{i}\bar{e}\bar{c}\bar{a}\bar{i}\bar{a}\bar{n}\bar{o} \bar{a}\bar{a}} \bar{i}\bar{a}\bar{i} + E\bar{m}\bar{o} - Y\bar{e}\bar{n}\bar{i}\bar{d}\bar{o} .$$

Для регулирования и прогнозирования деятельности конкретной торговой организации более интересен показатель емкость рынка зоны деятельности организации, который определяется по следующей формуле:

$$\frac{A_{i\bar{e}m\bar{o}u}}{\bar{d}u\bar{i}\bar{e}\bar{a} \zeta\bar{i}\bar{u}} \bar{a}\bar{a}\bar{y}\bar{o}\bar{a}\bar{e}\bar{u}\bar{i}\bar{n} \bar{o}\bar{e} = \frac{I\bar{e}\bar{o}\bar{i}\bar{a}\bar{o}\bar{a}\bar{e}\bar{u} \bar{i}\bar{u}\bar{a}}{\bar{o}\bar{i}\bar{u}\bar{a} \bar{i}\bar{a}\bar{n}\bar{a}\bar{e}\bar{a}\bar{i}\bar{e}\bar{y}} \bar{a} \zeta\bar{i}\bar{a} \bar{a}\bar{a}\bar{y}\bar{o}\bar{a}\bar{e}\bar{u}\bar{i}\bar{n} \bar{o}\bar{e} + \frac{D\bar{a}\bar{a}\bar{e}\bar{e}\bar{c}\bar{a}\bar{o}\bar{e}\bar{y}\bar{o}\bar{i}\bar{a}\bar{a}\bar{d}\bar{i}\bar{a}}{\bar{i}\bar{d}\bar{a}\bar{a}\bar{i}\bar{e}\bar{c}\bar{a}\bar{o}\bar{e} \bar{y}\bar{i}} + \frac{(\zeta\bar{a} \bar{i}\bar{a}\bar{e}\bar{e} \div \bar{i}\bar{u}\bar{e} \bar{e} \bar{i}\bar{i}}{\bar{a}\bar{a}\bar{c}\bar{i}\bar{a}\bar{e}\bar{e} \div \bar{i}\bar{i} \bar{i}\bar{o} \bar{d}\bar{a}\bar{n} \div \bar{a}\bar{o}\bar{o})}$$

$$\begin{aligned}
& \text{Ἰέροϊεὰ δίαὰδία ἰαῖαῖαῖεῖαῖ} \\
& \text{ἂ δὶδᾶῖαῖαῖ ἰαῖαῖεῖαῖ} \\
& + \frac{\text{Ἰαῖαῖ ἡῖδῖαῖ}}{\text{ἐς ἄδῖαῖεῖαῖ}} - \frac{\text{Ἰδᾶῖαῖεῖαῖ ἐ ἐ ὅ ἐῖαῖεῖαῖ}}{\text{ἰδᾶῖαῖεῖαῖ ἂδᾶῖεῖ}} \cdot \\
& (\text{ἂῖα ῥῖα ἂῖαῖεῖαῖ}) \quad (\text{δῖαῖ, ὀδᾶῖαῖ ὀῖαῖ}) \\
& \text{ἂ ῥῖα ἂῖαῖεῖαῖ}
\end{aligned}$$

Доля рынка – это экономический показатель, который определяет место торговой организации на потребительском рынке и является ключевым фактором в достижении лидирующих позиций данной организации на рынке.

Экономические исследования показали, что рост доли рынка ведет к росту прибыли и рентабельности конкретной организации. Долю рынка можно определить различными методами: по спросу, по количеству торговых объектов, по товарообороту (рисунок 8).

ПОКАЗАТЕЛИ ДОЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА	
$\frac{\text{Ἰέροϊεὰ ἡῖδῖαῖ}}{\text{Ἰαῖαῖ ἡῖδῖαῖ ἂ ῥῖα ἂῖαῖεῖαῖ}} = \frac{\text{Ὀῖαὰδῖαῖδῖα ἰδᾶῖαῖεῖαῖ}}{\text{Ἰαῖαῖ ἡῖδῖαῖ ἂ ῥῖα ἂῖαῖεῖαῖ}} \cdot 100$	
$\frac{\text{Ἰέροϊεὰ ἡῖ ἐῖεῖ-ἂῖαῖ}}{\text{ὀδᾶῖαῖ ἰαῖαῖεῖαῖ}} = \frac{\text{Ἐῖεῖ-ἂῖαῖ δὶδᾶῖαῖ ἰαῖαῖεῖαῖ}}{\text{Ἐῖεῖ-ἂῖαῖ δὶδᾶῖαῖ ἰαῖαῖεῖαῖ ἂ ῥῖα ἂῖαῖεῖαῖ}} \cdot 100$	
$\frac{\text{Ἰέροϊεὰ ὀῖαὰδῖαῖδῖα}}{\text{Ἰαῖαῖ ἡῖδῖαῖ ῥῖα ἂῖαῖεῖαῖ}} = \frac{\text{Ὀῖαὰδῖαῖδῖα ἰδᾶῖαῖεῖαῖ}}{\text{Ἰαῖαῖ ἡῖδῖαῖ ῥῖα ἂῖαῖεῖαῖ}} \cdot 100$	

Рисунок 8 – Показатели доли потребительского рынка

Конъюнктура рынка – форма проявления на потребительском рынке системы факторов и условий, взаимосвязей спроса, предложения и цены.

Конъюнктура рынка выражается рядом показателей, основными из которых являются:

- объем и структура спроса на товары;
- объем и структура товарного предложения;
- динамика изменения цен;
- коэффициенты соответствия структуры спроса структуре предложения.

Они рассчитываются по следующей формуле:

$$\frac{\dot{A}i\epsilon\ddot{y} \ \dot{n}i\delta i\dot{n}\grave{a} \ \grave{i}a \ \delta i\grave{a}\grave{a}\delta \ \acute{a}i\acute{u}\acute{u}\grave{a}i \ \acute{i}\acute{a}\acute{u}\acute{a}\grave{i}\grave{a} \ \dot{n}i\delta i\dot{n}\grave{a}}{\dot{A}i\epsilon\ddot{y} \ \delta i\grave{a}\grave{a}\delta\dot{n}\acute{e} \ \grave{a} \ \delta\acute{o}i\ddot{u} \ \acute{a}i\acute{u}\acute{u}\grave{a}i \ \acute{i}\acute{a}\acute{u}\acute{a}\grave{i}\grave{a} \ \grave{i}\delta\acute{a}\acute{a}\acute{e}\acute{i}\acute{a}\acute{a}\grave{e} \ \grave{y}} \cdot 100.$$

Данные коэффициенты должны стремиться к 1. Если они выше, то это означает, что спрос превышает предложение, если ниже – предложение превышает спрос. Если они равны 1, то наблюдается рыночное равновесие.

## 2.7. Денежные доходы населения – основа формирования покупательского спроса

Основой для взаимодействия производителей и потребителей являются потребности. Они проявляются через конкретные желаемые образы материальных и духовных благ, способных их удовлетворять. Несмотря на свою абстрактность, потребности являются одновременно исходным моментом и результатом производства. Производитель должен постоянно искать формы их удовлетворения, разрабатывать новые товары, соответствующие спросу в конкретном периоде. Экономическая сущность диалектики развития потребностей характеризуется следующими положениями:

- природа потребностей и их развитие определяются производственной деятельностью людей;
- виды потребностей и формы их удовлетворения обусловлены характером производственных отношений;
- содержание потребностей, формы их удовлетворения и процесс развития отражают специфику переживаемого исторического момента;
- осознанное отношение к труду и его результатам проявляется через признание необходимости удовлетворения потребностей.

Удовлетворение потребностей осуществляется посредством предъявления покупательского спроса.

*Спрос* – это экономическая категория, характеризующая платежеспособную потребность, которую предъявляет покупатель на рынке

для реализации своих желаний, т. е. это его потребность в товарах и услугах, обеспеченная деньгами.

Особенностью проявления спроса является использование для покупок не только собственных, но и заемных средств (покупка в кредит, использование кредита на потребительские нужды). По уровню удовлетворения спроса судят о степени удовлетворения потребностей. Таким образом, деньги населения являются основой формирования и проявления его спроса.

*Денежные доходы населения*, как количественный показатель, представляет собой потенциальное и реальное средство реализации общественной стоимости.

По вещественному содержанию они представляют собой количество денег, полученных отдельными лицами или группой лиц в течение определенного периода времени в виде заработной платы и других поступлений.

Структура денежных доходов населения в Республике Беларусь выглядит следующим образом:

- оплата труда – 62,6%;
- трансферты – 23,9%;
- доходы от собственности – 2,8%;
- доходы от предпринимательской и иной деятельности – 8,2%;
- прочие – 2,5%.

Денежные доходы населения, обслуживаемого торговой организацией, выступают как основа формирования спроса населения на товары и услуги, предлагаемые организацией, а значимость этого показателя определяется не только его ролью в общественном воспроизводстве, но и инструментом оценки уровня жизни общества.

Для организации торговли наибольший интерес представляет показатель *«покупательные фонды населения»*. Покупательные фонды населения – это экономическая категория, которая отражает ту часть их денежных доходов, которая предназначена для покупки товаров.

Покупательные фонды по сравнению с денежными доходами являются более узкой категорией, а ее значимость состоит в том, что они используются при прогнозировании спроса, расчете емкости рынка зоны деятельности организации, при планировании объема и структуры товарооборота. Покупательные фонды населения определяются на основании баланса денежных доходов и расходов населения.

## **2.8. Баланс денежных доходов и расходов населения**

Баланс денежных доходов и расходов населения позволяет определить общий объем, структуру денежных доходов и расходов населения и рассчитать реальные и номинальные доходы, а также покупательную способность населения. Баланс характеризует объем и источники денежных доходов, а также размеры и структуру денежных расходов и сбережений населения.

Баланс денежных доходов и расходов населения состоит из двух частей: денежные доходы и денежные расходы и сбережения (рисунок 9).

Денежные доходы		Денежные расходы	
1. Оплата труда		1. Покупка товаров (покупательные фонды)	
2. Доходы, не учитываемые в фонде заработной платы (из прибыли)		2. Оплата услуг: <ul style="list-style-type: none"><li>• жилищно-коммунальных;</li></ul>	
3. Доходы от предпринимательской деятельности		<ul style="list-style-type: none"><li>• бытовых;</li><li>• образовательных;</li></ul>	
4. Трансферты: <ul style="list-style-type: none"><li>• пенсии, пособия;</li><li>• стипендии;</li><li>• другие (страховки, выигрыши и др.)</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>• медицинских, туристических, оздоровительных;</li><li>• спорта и туризма;</li><li>• транспортных;</li></ul>	
5. Доходы от собственности: <ul style="list-style-type: none"><li>• дивиденды;</li><li>• проценты;</li><li>• прочие (аренда)</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>• связи;</li><li>• другие</li></ul>	
6. Прочие доходы (продажа сельскохозяйственной продукции и др.)		3. Обязательные платежи и взносы (налоги, взносы, проценты за кредит и др.)	
		4. Сбережения (вклады в банках, ценные бумаги)	
		5. Изменение задолженности по кредитам и прочие расходы	
Превышение расходов над доходами		Превышение доходов над расходами	
БАЛАНС		БАЛАНС	

Рисунок 9 – Баланс денежных доходов и расходов населения

В доходной части баланса отражаются данные о поступлении денежных средств населения из разных источников, а в расходной – все расходы населения, связанные с покупкой товаров и оплатой услуг. Балансирующими статьями являются «Превышение расходов над доходами» (доходная часть баланса) и «Превышение доходов над расходами» (расходная часть баланса), которые характеризуют уменьшение либо увеличение остатка наличных денег у населения, ввоз денег в данный регион (область, город) или вывоз из него.

На основе баланса рассчитываются общие объемы денежных и располагаемых доходов населения (денежные доходы за вычетом обязательных платежей и взносов), реальные денежные доходы населения (денежные доходы, скорректированные на индекс потребительских цен), денежные расходы и сбережения населения.

Прогноз баланса денежных доходов и расходов населения разрабатывается в следующей последовательности:

- определяется общая сумма доходов с учетом изменений в прогнозируемом периоде;
- рассчитываются обязательные платежи и нетоварные расходы;
- исчисляются объемы денежных средств, которые будут направлены на покупку товаров (покупательные фонды);
- определяется размер превышения доходов (расходов) над расходами (доходами), т. е. разность между общей суммой доходов и расходов.

Знак «плюс» означает превышение доходов над расходами, знак «минус» – превышение расходов над доходами.

Целью составления баланса денежных доходов и расходов для организаций торговли является определение покупательных фондов населения, так как они служат основой для прогнозирования объема спроса и, следовательно, объема товарооборота (продаж).

Покупательные фонды на основании баланса определяются следующим образом:

$$\begin{array}{ccccccc} \text{Ääíáæíûä} & + & \text{Îðäâûøáíèä} & - & \text{Îðäâûøáíèä} & - & \text{Îðäâûøáíèä} \\ \text{äíðíäû} & & \text{ðäñðíäíä} & - & \text{äèü} & - & \text{äíðíäíä} \\ & & \text{íää äíðíäíè} & & \text{ðñëóä} & & \text{ðäñðíäíä} \end{array}$$

В настоящее время, когда балансы денежных доходов и расходов населения не разрабатываются на уровне Национального статистического комитета, для определения покупательных фондов обслужи-



ваемого населения и, соответственно, для обоснованного планирования объема продаж торговые организации могут использовать следующую методику их определения:

1. Используются показатели прогнозов (республиканских, областных, районных) социально-экономического развития на будущий год:

- индекс потребительских цен ( $J_u$ );
- индекс реальных располагаемых денежных доходов населения ( $J_{\text{ддн}}$ );
- прогнозный индекс численности населения ( $J_n$ ).

Используются материалы управлений (отделов) статистики за 11 месяцев текущего года о численности населения, денежных доходах населения, среднедушевых денежных доходах, розничном товарообороте:

- численность населения на 1 декабря текущего года ( $CH_{11\text{мес.}}$ );
- денежные доходы населения за 11 месяцев ( $DD_{11\text{мес.}}$ );
- среднедушевые денежные доходы за 11 месяцев ( $DDH_{11\text{мес.}}$ );
- розничный товарооборот за 11 месяцев ( $PTO_{11\text{мес.}}$ ).

2. На основании данных районных отделов статистики определяется плановая численность обслуживаемого населения ( $Пч$ ) по формуле

$$Пч = CH_{11\text{мес.}} \cdot J_n.$$

3. Определяется доля товарных расходов населения в Республике Беларусь в денежных доходах ( $Дт$ ) или доля покупательных фондов для покупок в Республике Беларусь в денежных доходах по следующей формуле:

$$\ddot{A}\ddot{o} = \frac{\ddot{D}\ddot{O}\hat{I}_{11\text{дн.}}}{\ddot{A}\ddot{A}_{11\text{дн.}}} \cdot 100\%.$$

4. Покупательные фонды населения зоны (района) обслуживания в планируемом году ( $ПФ$ ) определяется по формуле

$$\ddot{I}\hat{O} = \frac{\ddot{A}\ddot{A}\hat{I}_{11\text{дн.}} \cdot \ddot{I}\ddot{I} \cdot J\ddot{u}\ddot{u}\hat{I} \cdot J\ddot{o} \cdot \ddot{A}\ddot{o}}{100}.$$

Примечание – Прогноз на 2016 г.  $J_u - 1,12$ ;  $J_{\text{ддн}} - 1,005$ .

Таким образом, плановый объем товарооборота организации не может превышать прогнозной суммы покупательных фондов.

При разработке стратегии торговой организации необходимо увязывать объемы продаж с денежными доходами населения, учитывая следующее соотношение:

$$\text{Покупательные фонды} \geq \text{Розничный товарооборот.}$$

Если товарооборот организации за определенный период равен покупательным фондам, то можно считать, что организацией торговли спрос удовлетворен на 100%. Однако это чисто теоретическая ситуация.

Для расчета уровня удовлетворения спроса используется показатель процент охвата товарооборотом покупательных фондов населения, или уровень освоения организацией покупательных фондов, рассчитываемый по формуле

$$\frac{\text{Розничный товарооборот}}{\text{Покупательные фонды}} = \frac{\text{Розничная торговля}}{\text{Потребительские расходы}} \cdot 100\%.$$

Этот показатель отражает, какая часть или доля денег обслуживаемого населения тратится на товары в данной организации и, соответственно, какие резервы имеет торговая организация по увеличению объемов продаж, доходов и прибыли.

## 2.9. Товарные ресурсы – основа товарного предложения

Товарное предложение является материальной основой удовлетворения потребностей и характеризует количество и качество товаров, предназначенных для реализации. Как и потребительский спрос, оно представляет собой экономическую категорию и важнейший элемент рынка, однако с точки зрения сущности и приоритетности данные понятия различаются. В условиях рыночной экономики определяющую роль играет спрос потребителей, а исходя из его структуры формируется структура товарного предложения. Но это не значит, что производитель не может предлагать покупателю какие-либо новшества. Он должен не только удовлетворять, но и формировать спрос. Если спрос по природе – категория социально-экономическая и пси-

хологическая, то товарное предложение – организационно-экономическая, и это объясняет отличия в способах их регулирования и оценке объемов. К спросу чаще всего применяются косвенные методы регулирования, а к товарному предложению – прямые. За определенный период оно измеряется в натуральной, стоимостной и относительной (в днях оборота) формах и характеризуется величиной поступления товаров на рынок из всех источников, включая товарный запас.

Механизм формирования товарного предложения с 1990-х гг. находится под воздействием двух разнонаправленных тенденций. С одной стороны, на потребительском рынке появились первые признаки свободных экономических отношений, с другой – в условиях дефицита многих ресурсов (финансовых, энергетических, сырьевых) государство вынуждено сохранять контроль за важнейшими приоритетами в социально-экономической структуре потребительского рынка.

В целях обеспечения устойчивого наполнения рынка товарами с 2008 г. между Министерством торговли Республики Беларусь и отраслевыми министерствами и ведомствами заключаются соглашения об объемах, структуре и условиях поставки товаров отечественными товаропроизводителями на внутренний рынок страны.

Товарные ресурсы как экономическая категория представляет собой совокупность товаров, произведенных в национальной экономике и импортированных за определенный период времени и служащих источником удовлетворения личных и коллективных потребностей. Это вся масса товаров, имеющаяся в распоряжении государства и субъектов хозяйствования на определенный момент.

Управление товарными ресурсами на национальном уровне направлено на решение следующих задач:

- оптимизация объема и структуры товарного предложения на внутреннем рынке;
- координация деятельности промышленных организаций, выпускающих товары, управление товарным ассортиментом;
- оперативное маневрирование товарными ресурсами в зависимости от конъюнктуры рынка в Республике Беларусь и внутри отдельных регионов;
- совершенствование экономических связей между торговлей и промышленностью;
- создание реальных стимулов для отечественных товаропроизводителей и защита внутреннего рынка от импортной экспансии;
- оживление товарооборота между городом и деревней;
- стимулирование торгово-закупочной деятельности.

Объем товарных ресурсов потребительских товаров и степень их соответствия спросу зависят от следующих факторов:

- условий производства;
- способностей и возможностей производителей адаптироваться к постоянно изменяющимся требованиям рынка;
- широты ассортимента;
- качества товаров;
- жизненного цикла товара;
- динамики цен на реализуемые товары;
- себестоимости производства;
- количества товаропроизводителей;
- развитости сферы товарного обращения;
- степени и форм государственного регулирования рынка товарных ресурсов;
- уровня развития рыночной инфраструктуры;
- емкости рынка и др.

Товарные ресурсы не совпадают по своей величине с объемом продаж товаров, так как часть произведенных товаров используется для создания товарных запасов и реализуется на экспорт.

Товарные ресурсы классифицируются по ряду признаков (рисунок 10).

КЛАССИФИКАЦИЯ ТОВАРНЫХ РЕСУРСОВ	
<b><i>По источникам образования:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• производство товаров;</li><li>• импорт;</li><li>• товарные запасы</li></ul>
<b><i>По направлениям использования:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• для продажи населению (рыночные ресурсы);</li><li>• для промышленной переработки и собственных нужд организаций (ресурсы промышленной переработки и потребления);</li><li>• для продажи на экспорт (экспортные ресурсы)</li></ul>
<b><i>По характеру образования:</i></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• централизованно распределяемые (государственный заказ);</li><li>• свободно реализуемые</li></ul>

Рисунок 10 – Классификация товарных ресурсов

*Государственный заказ* – требование (заказ) государства о поставке (производстве) организациями продукции для удовлетворения первоочередных общественных потребностей.

Состав государственного заказа формируется Министерством экономики и Министерством финансов Республики Беларусь, а государственными заказчиками товаров являются Министерство торговли и Белкоопсоюз.

Главными источниками формирования товарных ресурсов являются:

- производство;
- импорт товаров;
- поступление продукции из домашних хозяйств.

Разным периодам соответствуют разные источники образования товарных ресурсов, но основными каналами поступления товаров на рынок остаются отечественное промышленное производство, аграрный сектор и импорт.

*Основными источниками* формирования товарных ресурсов в настоящее время являются:

- производство товаров промышленными организациями государственной формы собственности или с преобладающей долей государства в уставном фонде;
- производство сельхозпродукции и сырья сельхозорганизациями и личными подсобными хозяйствами;
- производство товаров частными организациями и индивидуальными предпринимателями;
- производство товаров иностранными организациями;
- импорт товаров;
- производство товаров организациями потребительской кооперации;
- разбронирование государственных и мобилизационных материальных резервов;
- издательская деятельность;
- фармацевтическое производство.

Формирование современного ресурсного потенциала потребительского рынка в Республике Беларусь характеризуется наращиванием отечественного производства, сокращением импорта в рамках реализации программы импортозамещения, а также снижением себестоимости продукции на основе использования инновационных технологий.

На всех этапах управления товарными ресурсами прогнозирование производится главным образом балансовым методом, программно-

целевым методом, группами статистических и экономико-математических методов, методом матричных моделей.

## 2.10. Баланс товарных ресурсов

Основным методом планирования товарных ресурсов является балансовый метод. Составление *прогнозных балансов образования и использования ресурсов* ведется поквартально. Это совместная работа промышленных министерств и ведомств, Министерства торговли Республики Беларусь, управлений торговли и потребительского рынка облисполкомов (Минского горисполкома). Методика по расчету балансов товарных ресурсов отдельных товаров (видов продукции) утверждена постановлением Национального статистического комитета Республики Беларусь от 1 августа 2012 г. № 117.

Балансы товарных ресурсов составляются Национальным статистическим комитетом по продукции производственно-технического назначения и товарам в натуральном выражении (тонны, штуки, декалитры и др.).

Баланс состоит из двух частей: приходная (ресурсы) и расходная (использование ресурсов) (рисунок 11).

Ресурсы		Использование	
1. Запасы на начало года: у производителей в торговле (розничной и оптовой)		1. Потреблено в Республике Беларусь (потребительский рынок, промышленная переработка и потребление)	
2. Производство		2. Экспорт:	
3. Импорт:		в страны СНГ	
из стран СНГ		в страны вне СНГ	
из стран вне СНГ		3. Запасы на конец года	
БАЛАНС		БАЛАНС	

Рисунок 11 – Баланс товарных ресурсов

Таким образом, *рыночные фонды*, или объемы товаров, реализуемые для потребительских нужд, определяются как разность между

итогом баланса, запасами на конец года, экспортом и объемом ресурсов для промышленной переработки и потребления.

Планирование и распределение товаров, реализуемых на потребительском рынке, происходит в двух направлениях:

- в региональном разрезе, т. е. по областям и районам;
- по торговым системам.

Одной из важнейших задач прогнозирования товарных ресурсов является равномерное в течение года удовлетворение потребностей населения в соответствующих товарах, а также ритмичное обеспечение сырьем промышленных организаций. В этих целях предусматривается прогнозирование переходящих страховых запасов, соответствующих фондов и государственных резервов. Такие запасы, фонды и резервы обеспечивают потребности независимо от сезонности производства, стихийных бедствий и неурожаев. Они также имеют и стратегическое значение.

Особенностью организаций потребительской кооперации является то, что более 40% товарного обеспечения розничного товарооборота потребительской кооперации представляют собственные товарные ресурсы, что является положительным моментом и преимуществом с точки зрения сокращения расходов, увеличения доходов и прибыли.

## **2.11. Конъюнктура потребительского рынка и методы ее исследования**

*Конъюнктура рынка* – условия (ситуация), сложившиеся на рынке в конкретный период времени под воздействием субъективных и объективных факторов внешнего характера. Знание конъюнктуры рынка необходимо субъектам хозяйствования, чтобы принимать решения об увеличении или сокращении объемов производства и продаж, расширении или сужении ассортимента, завоевании рынка или уходе с него, изменении тактики продаж, корректировке денежно-кредитной и ценовой политики, совершенствовании материального стимулирования, а государственным органам – об эффективности методов государственного регулирования экономических процессов.

Под *торговой конъюнктурой* понимается состояние торговли за определенный период времени, складывающееся под влиянием спроса и товарного предложения в конкретных условиях хозяйственной деятельности торговых организаций. Обычно различают конъюнктуру:

- общую;
- отдельных рынков или взаимосвязанных товаров;

- региональных рынков (республики, экономических районов).

Данные разновидности товарной конъюнктуры взаимосвязаны и взаимообусловлены.

Конъюнктура на рынке потребительских товаров и услуг изучается на основе следующих понятий и показателей:

- соотношение спроса и предложения;
- емкость рынка (возможный объем реализации товаров при заданных или прогнозных условиях);
- динамика и уровень цен;
- специфика сегмента рынка;
- темпы инфляции;
- тенденции развития рынка;
- уровень конкуренции;
- обеспеченность товарооборота товарными ресурсами;
- состояние товарных запасов, товарооборачиваемость;
- качество товаров и торгового обслуживания;
- объем потребления (товарооборота) в расчете на душу населения;
- конкурентоспособность товара (т. е. его способность соревноваться на рынке с другими товарами);
- доходность субъектов, работающих на рынке;
- степень коммерческого риска;
- динамика численности обслуживаемого населения.

Исследование состояния и прогнозирование развития потребительского рынка производятся различными методами (экстраполяции, нормативным, экспертных оценок, балансовым).

Основная цель изучения конъюнктуры торговли – установить, в какой мере деятельность торговых организаций влияет на состояние рынка, как должна развиваться торговля в ближайшем будущем и какие меры следует предпринять, чтобы полнее удовлетворить спрос населения на товары и обеспечить выполнение плана товарооборота.

Положение, складывающееся на рынке в конкретный момент, можно определить как конъюнктуру текущего момента, или конъюнктурную ситуацию. Отличия ситуаций формируются под влиянием конъюнктурных колебаний, порождающих те или иные тенденции в развитии отдельных элементов товарных рынков и в свою очередь порождаемых этими тенденциями. Каждая конъюнктурная ситуация характеризуется особенностями развития государственной торговли и торговли потребительской кооперации; частной и иностранной торговли; продаж отдельных видов товаров в оптовой и розничной торговле; изменениями товарных запасов.



Одним из основных условий эффективного изучения конъюнктуры торговли является *наличие достоверной оперативной информации* о состоянии спроса и предложения за конкретный период, а также о факторах, обусловивших изменение их объема и структуры. Все источники данных о конъюнктуре торговли можно разделить на внутренние и внешние, соответственно им классифицируется информация.

*Внутренняя информация*, поступающая из собственных источников торговых организаций, характеризует:

- товарное обеспечение планов розничного товарооборота;
- условия закупки товаров;
- запасы товаров в розничных и оптовых организациях;
- выполнение плана товарооборота по видам оборота;
- изменение объемов покупательных фондов населения;
- внедрение прогрессивных методов продажи товаров;
- качество поступающих товаров;
- мероприятия по активизации торговли отдельными товарами;
- готовность организаций к торговле товарами сезонного спроса;
- насыщенность товарами отдельных торговых организаций;
- планы и задания по розничному товарообороту на предстоящий период.

*Внешняя информация* – это представляющая интерес для изучения конъюнктуры торговли информация о деятельности других организаций конкурентной среды, информация сайтов Национального статистического комитета Республики Беларусь, областных и районных управлений и отделов статистики, Министерства торговли, Национального банка Республики Беларусь и других ведомств.

Официальная статистическая отчетность и оперативные сведения организаций торговли не всегда позволяют в полной мере оценить состояние конъюнктуры торговли отдельными товарами. Для получения дополнительной информации применяются специальные выборочные наблюдения. Основными *методами* изучения торговой конъюнктуры являются:

- анализ торгово-экономической информации;
- изучение рынка с помощью специально организованных наблюдений (опросов населения, выборочных обследований и т. д.);
- анализ информации, получаемой от организаций торговли, а также от отдельных корреспондентов в виде различных документов, докладов, сводок, справок по телеграфу и т. д.;

- непосредственное изучение конъюнктуры в объектах розничной торговли путем бесед с торговыми работниками и покупателями, наблюдений за ходом реализации и состоянием товарных запасов.

Различают следующие *виды информационных документов*, характеризующих конъюнктуру торговли:

- *конъюнктурный обзор*, охватывающий все стороны торговой конъюнктуры;
- *конъюнктурная информация*, которая освещает конъюнктуру торговли по ограниченному кругу вопросов;
- *экспресс-информация*, которая содержит отдельные цифровые материалы и факты, характеризующие конъюнктуру торговли отдельными товарами.

В конъюнктурных обзорах освещается следующая информация:

- выполнение плана товарооборота отдельными организациями;
- состояние торговли продовольственными и непродовольственными товарами (по важнейшим группам, подгруппам и видам);
- изменения в покупательском спросе на товары по сравнению с прошлым кварталом и аналогичным периодом прошлого года;
- отсутствие в продаже отдельных товаров и его причины;
- привлечение дополнительных источников для обеспечения плана продаж;
- поступление новых товаров, в том числе от местной промышленности;
- сокращение ассортимента товаров, пользующихся спросом (какие товары и какими поставщиками сняты с производства);
- качество поставляемых товаров, их маркировка и упаковка;
- тенденции изменения уровня товарных запасов;
- факторы, влияющие на выполнение плана товарооборота на предстоящий прогнозный период.

Обзоры конъюнктуры торговли целесообразно составлять по четырем основным разделам:

- общая оценка конъюнктуры;
- характеристика торговли, в том числе продовольственными и непродовольственными товарами;
- проблемы развития товарооборота (оценка неудовлетворенного спроса и разработка рекомендаций по его удовлетворению);
- прогноз продажи основных товаров на ближайший период.

### **Тема 3. ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ**

### 3.1. Понятие внутренней среды организации и ее структура

Если на внешнюю среду организация практически не может повлиять, то на внутреннюю среду она влияет непосредственно.

*Внутренняя среда организации* – это совокупность условий и элементов, которые приводят организацию в функциональное состояние и способствуют реализации ее цели.

Структура внутренней среды организации:

- экономический механизм функционирования организации;
- экономические ресурсы организации;
- цель организации;
- задачи организации;
- применяемые технологии;
- уровень управления (рисунок 12).

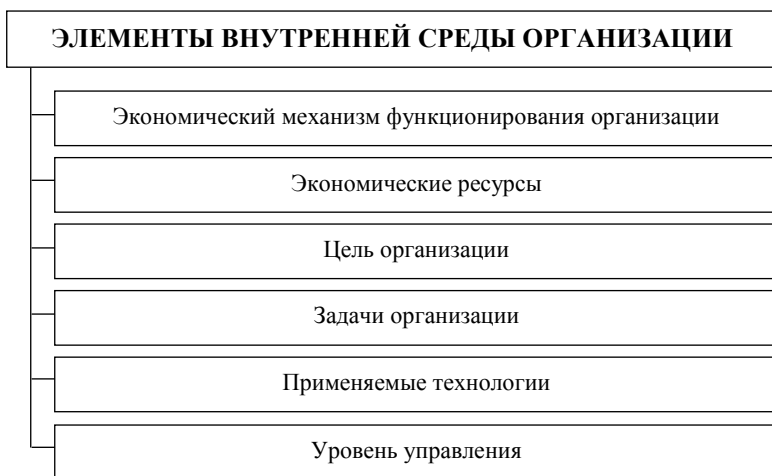


Рисунок 12 – Элементы внутренней среды организации

*Экономический механизм функционирования* организации представляет собой совокупность методов управления и правового обеспечения ее деятельности.

*Экономические ресурсы организации* – это совокупность материальных, финансовых, трудовых и иных факторов, которые потенциально могут быть использованы в процессе создания и реализации товаров, услуг и иных ценностей.

Экономические ресурсы организации по своему функциональному назначению подразделяются на следующие виды:

- природные – потенциально пригодные для применения в производстве естественные силы и вещества, среди которых различают неисчерпаемые и исчерпаемые;
- материальные – все созданные человеком средства производства, которые являются результатом производства;
- трудовые – занятое в организации население в трудоспособном возрасте;
- интеллектуально-информационные – интеллектуальный продукт и информация, созданные творческим трудом человека и используемые непосредственно в процессе производства, реализации и в процессе принятия управленческих решений; в состав этого вида ресурсов включаются объекты интеллектуальной собственности (исключительное право патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезную модель; исключительное авторское право на программные продукты для ЭВМ; исключительное право владельца на товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товаров), а также деловая репутация организации (гудвилл);
- финансовые – денежные средства, которые направляются на организацию производства и реализацию товаров, работ, услуг;
- предпринимательский талант, или предпринимательская способность, характеризующаяся способностью предпринимателя в соединении экономических ресурсов в единый процесс производства и реализации товаров и услуг; в принятии управленческих решений по всем направлениям деятельности.

Предпринимательская способность – это фактор, связывающий во-едино все экономические ресурсы, в состав которого следует включать предпринимателей, предпринимательскую инфраструктуру, а также предпринимательскую этику и культуру. В свою очередь к предпринимателям относятся, прежде всего, владельцы компаний, менеджеры, не являющиеся их собственниками, а также организаторы бизнеса, сочетающие в одном лице владельцев и управляющих. На практике используется также термин «предпринимательский потенциал». В целом предпринимательский потенциал можно охарактеризовать как потенциальные возможности по реализации предпринимательских способностей людей. Уникальность значения предпринимательства состоит в том, что именно благодаря ему приходят во взаимодействие прочие экономические ресурсы – труд, капитал, земля, знания. Инициатива и умение предпринимателей, помноженные на рыночный механизм, позволяют с максимальной эффективностью

использовать все прочие экономические ресурсы, стимулировать экономический рост.

Таким образом, *экономические ресурсы организации* – это задействованные в ней собственные и привлеченные факторы производства – земля, труд и капитал. Фактор труда выражен персоналом, работающим в организации, а капитал – движимым и недвижимым имуществом. Экономические ресурсы являются основой внутренней среды, ее главным элементом, так как без достаточного наличия одного из них, организация не сможет эффективно работать.

*Цель организации* – это конкретный измеряемый результат, которого стремится достичь организация в результате своей деятельности.

Цели подразделяются на тактические и стратегические. Деятельность каждой организации на рынке направлена на достижение определенных стратегических целей и решение тактических задач, которые позволяют обеспечить эффективность ее деятельности и конкурентоспособность на рынке.

Цели организации обычно выражаются конкретными количественными и качественными характеристиками, к достижению которых она стремится. Во многом они определяются факторами внешней и внутренней среды.

В экономической литературе освещается множество подходов к классификации целей по различным принципам.

В зависимости от степени достижения цели бывают:

- необходимые;
- желаемые.

В зависимости от фактора времени цели подразделяются на:

- перспективные;
- текущие.

В зависимости от отношения к главной цели бывают:

- конечные;
- промежуточные.

Главной целью коммерческой организации, как правило, является получение прибыли, достижение и укрепление устойчивого положения на рынке. В качестве промежуточных могут выступать такие цели, как расширение ассортимента, установление новых хозяйственных связей, вовлечение в оборот новых видов ресурсов, внедрение технических новшеств и др.

Если целевой функцией организации выступает получение прибыли, то целью государства является удовлетворение потребностей населения и национальной экономики, т. е. обеспечение соответствия

объема и структуры товарного предложения на рынке объема и структуре потребительского спроса.

Достижение организацией целей при нормальной экономической и политической ситуации предполагает реализацию целей общества, поскольку получение прибыли возможно только в том случае, когда реализующаяся продукция соответствует предъявляемому спросу.

Цель организации зависит от стадии жизненного цикла организации:

- на стадии создания главная цель – выжить, удержаться на рынке, основная задача – выйти на рынок;
- на стадии становления главная цель – ускоренный рост объема продаж и прибыли, основная задача – завоевание своей доли на рынке;
- на стадии зрелости главная цель – формирование имиджа организации, основная задача – укрепление организации на освоенном рынке;
- на стадии старения главная цель – сохранение достигнутых позиций, основная задача – достижение стабильности в хозяйственной деятельности;
- на стадии возрождения главная цель – оживление, т. е. поиск дополнительных стимулов для деятельности, основная задача – техническое перевооружение, внедрение новых технологий, новых форм обслуживания и т. д.

При формулировании целей организации необходимо учитывать следующие положения:

- определяется не одна, а несколько целей на основе комплексного анализа всех факторов, связанных с ее функционированием, обеспечивается взаимосвязь этих целей;
- цели должны быть реальными и выполнимыми;
- цели должны быть избирательными, т. е. они не должны охватывать все возможные проблемы.

При определении целей хозяйственной деятельности организации часто пользуются методом «построения дерева целей»: определяется главная цель, затем формируются промежуточные цели и цели для различных уровней управления.

Цели формулируются на долгосрочный и краткосрочный периоды. При этом долгосрочные цели имеют более стратегическую направленность, а цели на краткосрочный период – оперативную. Поскольку зачастую цели деятельности организации не совпадают с целями государства, оно для согласования целей осуществляет регулирование ее деятельности.

*Задачи организации* представляют собой объемы работ, которые должны быть выполнены заранее установленным способом и в установленные сроки.

Различают три вида задач:

- задачи по работе с людьми;
- задачи по работе с предметами и средствами труда;
- задачи по работе с информацией.

*Технологии* представляют собой процессы охвата факторов производства и трансформации их в товар или услугу. Как элемент внутренней среды организации торговли технология представляет собой совокупность способов и методов продажи товаров. Состояние технологии торговли (новая или морально устаревшая) во многом определяет объемы продаж и, соответственно, конкурентоспособность организации.

*Уровень управления* определяется способностью менеджмента организации принимать эффективные решения в области обеспечения ресурсами, постановки цели и задач, выбора технологий через такие функции, как:

- планирование;
- организация;
- контроль;
- мотивация.

## **3.2. Экономический механизм функционирования организации**

### **3.2.1. Понятие и виды экономического механизма**

*Экономический механизм организации* является формой проявления ее экономического интереса.

Эффективность функционирования любой торговой организации во многом определяется механизмом хозяйствования. Именно через механизм хозяйствования должно обеспечиваться сочетание интересов собственников, работников организации и общественных интересов.

*Механизм хозяйствования организаций торговли* представляет собой совокупность взаимосвязанных форм и методов управления, используемых для целенаправленного воздействия на торговую деятельность с целью повышения ее эффективности. Хозяйственный механизм сознательно создается и планомерно используется людьми. Все многообразие привлекаемых для этого форм и методов можно

разделить на две основные группы: административные и экономические.

*Административные методы* основаны на авторитете власти и по своей природе носят принудительный (директивный) характер. В данном случае руководитель прямо и непосредственно воздействует на подчиненные хозяйственные звенья, группы либо на отдельных работников. Инструментами применения этих методов являются приказы, распоряжения, указания, инструкции.

*Экономические методы* базируются на использовании экономических (материальных) интересов как коллективных, так и личных. Инструментами применения этих методов являются экономические рычаги и стимулы: заработная плата, премии, цена, прибыль, штрафы и др.

Обе группы методов не исключают друг друга. Слишком детальная регламентация и контроль деятельности трудового коллектива и отдельных работников с помощью административно-распорядительных методов ограничивает их инициативу и предприимчивость. Однако регулирование деятельности через экономические стимулы без определенной регламентации может привести к снижению целеустремленности, появлению элементов стихийности. Поэтому в каждой организации необходим поиск и взаимоувязка как административных, так и экономических методов с учетом специфики ее среды.

Основными *требованиями*, предъявляемыми к механизму хозяйствования, являются:

- научная обоснованность и ориентация всех его элементов на повышение эффективности деятельности;
- наличие прямых и обратных связей между элементами механизма;
- комплексность взаимосвязей, обеспечивающая целостность механизма;
- непрерывность функционирования;
- гибкость, способность к оперативному изменению форм и методов хозяйствования при изменении внешней среды.

*Экономический механизм организации торговли* можно рассматривать как совокупность методов планирования, стимулирования и правового обеспечения торговой деятельности. Поэтому эффективность экономического механизма зависит как от внешних, так и от внутренних факторов.

В экономической литературе различают следующие виды экономического механизма:

- теоретический;
- нормативный;
- реальный.



*Теоретический механизм* представляет собой экономическую модель функционирования торговых организаций, которая основана на разработанных наукой представлениях о развитии экономики.

*Нормативный механизм* определяется комплексом экономических отношений, которые базируются на нормативных актах, направленных на регулирование торговой деятельности.

*Реальный механизм* представляет собой систему, включающую элементы как теоретического, так и нормативного механизма.

Экономический механизм организации торговли состоит из следующих основных элементов:

- стимулирование деятельности;
- коммерческий расчет;
- планирование, прогнозирование и стратегия деятельности;
- организационная структура управления организацией (рисунок 13).



Рисунок 13 – Структура экономического механизма организации

### **3.2.2. Экономические интересы и стимулы в организации**

*Экономические интересы и стимулы* являются центральным мотивирующим звеном экономического механизма любой организации.

*Экономический интерес* представляет собой осознанную людьми объективную связь между работой и вознаграждением.

*Экономические стимулы* – средства приведения в действие экономических интересов. Для стимулирования повышения эффективности деятельности используются экономические (материальные) интересы и морально-психологические аспекты личности работников.

На уровне *торгового бизнеса* стимулирование направлено, прежде всего, на рост производительности труда, повышение качества обслуживания, снижение затрат на осуществление деятельности, увели-

чение прибыли и других показателей, характеризующих конечные результаты и эффективность работы. Различают *экономическое* и *моральное стимулирование*. Экономическое стимулирование реализуется через систему оплаты труда, механизм распределения прибыли, финансово-кредитные отношения и другие экономические стимулы. Моральное стимулирование осуществляется посредством таких инструментов, как выражение благодарности, награждение почетными грамотами, наградами, присвоение почетных званий и т. д.

Таким образом, собственник организации заинтересован в увеличении стоимости имущества и росте прибыли, персонал – в сохранении рабочих мест и росте заработной платы, правительство заинтересовано в увеличении доходов бюджета и экономической стабильности, потребители – в качестве ассортимента и низких ценах товаров и услуг. Поставщики заинтересованы в платежеспособности организации, банки – в устойчивом финансовом положении организации, чтобы те могли брать кредиты и с процентами в сроки их возвращать.

Таким образом, экономические интересы и стимулы как элемент экономического механизма включают в себя заинтересованность и ответственность, которые проявляются через:

- формы и системы оплаты труда;
- механизм распределения прибыли;
- политику ценообразования;
- кредитный механизм;
- налоговое законодательство;
- конкуренцию.

### ***3.2.3. Коммерческий расчет, его принципы***

*Коммерческие отношения* непосредственно связаны с экономическим интересом и предусматривают обоснование экономической целесообразности осуществления как отдельных операций, так и деятельности в целом. Они рассматриваются в двух аспектах: экономическая категория и метод ведения хозяйства.

*Коммерческий расчет* как экономическая категория выражает объективную необходимость и возможность расчетливого, экономного ведения хозяйства с использованием товарно-денежных отношений и материальной заинтересованности каждого работника в результатах своего труда. Он выражает экономические отношения, складывающиеся между государством и организациями, между самими организациями, между организацией и ее работниками.

*Коммерческий расчет* – метод ведения и управления деятельностью организации, основанный на соизмерении в денежной форме результатов и затрат и нацеленный на получение прибыли.

Главной целью коммерческого расчета является повышение эффективности работы организации на основании рационального использования собственных и привлекаемых материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Сущность коммерческого расчета раскрывается через его принципы (рисунок 14).

*Хозяйственно-оперативная самостоятельность* заключается в экономической обособленности организации и предполагает наличие у нее основных и оборотных средств, осуществления самостоятельно-го планирования, осуществления самостоятельного выбора партнеров, наличия статуса юридического лица.

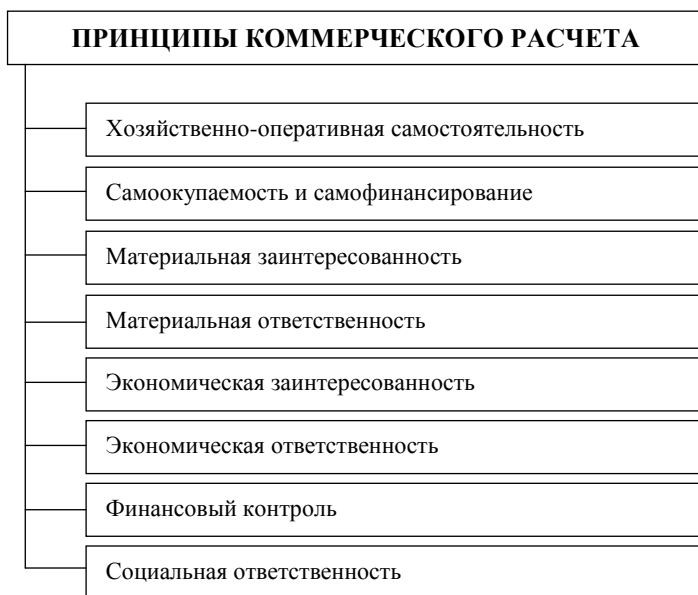


Рисунок 14 – Принципы коммерческого расчета

*Самоокупаемость* предполагает покрытие доходами организации ее расходов за счет текущей деятельности. *Самофинансирование* предполагает не только покрытие расходов, но и получение достаточной прибыли для инновационного развития организации.

*Материальная заинтересованность* заключается в получении максимальной прибыли при оптимальных затратах.

*Материальная ответственность* предполагает несение ответственности организации в целом, а также каждым ее работником за рациональное использование ресурсов.

*Экономическая ответственность* шире, чем материальная ответственность и предполагает несение ответственности не только ресурсами, а также режимом работы и степенью доверия персонала, поставщиков и потребителей за принимаемые собственником (руководителем) решения.

*Экономическая заинтересованность* предполагает не только получение максимальной прибыли, но и заинтересованность в будущем организации.

*Финансовый контроль* предусматривает несение имущественной ответственности.

*Социальная ответственность* предполагает увеличение и поддержание авторитета организации, ее положительного имиджа на рынке.

### ***3.2.4. Стратегия, прогнозирование и планирование деятельности организации***

*Стратегия организации* представляет собой совокупность правил, которым должна следовать организация с целью поддержания и укрепления своей конкурентоспособности на рынке. Стратегия должна использоваться в качестве инструмента для адаптации к происходящим переменам в окружающей среде.

Стратегия экономического управления, или экономическая стратегия, вырабатывает правила и приемы, обеспечивающие экономически эффективное достижение стратегических целей, а также правила и приемы достижения стратегических целей, базирующихся на повышении заинтересованности всех участников процесса разработки и реализации стратегических программ в эффективном достижении этих целей. Иначе говоря, экономическая стратегия направлена на эффективное достижение целей экономическими методами и средствами.

Выбор цели предполагает использование для ее достижения определенной совокупности ресурсов, которыми располагает организация. Поскольку эти ресурсы всегда ограничены, менеджмент должен определить, достижения каких целей обеспечит наибольшую продук-

тивность использования этих ресурсов, т. е. обеспечит конкурентное преимущество организации.

Выбор стратегической цели всегда связан с определением ее альтернативной стоимости, т. е. с оценкой того, чем нужно пожертвовать, чтобы достичь цели. Это означает, что экономическая стратегия должна вырабатывать такие правила и приемы выбора целей и средств их достижения, чтобы направление какого-либо ресурса на реализацию той или иной цели не оказывало бы отрицательного влияния на процесс достижения хотя бы одной из других стратегических целей. Однако при этом следует иметь ввиду, что цели, на достижение которых направляются ресурсы, должны быть равнозначными с точки зрения масштабов влияния на деятельность организации в долговременной перспективе.

Таким образом, экономическая стратегия вырабатывает правила и приемы экономически эффективного достижения одностипных по масштабам влияния на конкурентный статус организации стратегических целей. Взаимная увязка по времени и ресурсам таких локальных стратегических целей позволяет достичь глобальной цели экономической стратегии – создания и поддержания конкурентного преимущества организации.

Экономическая стратегия позволяет ответить на следующие вопросы:

- что и в каком количестве продавать?
- как и какими средствами это осуществлять?
- для кого и сколько продавать на внутреннем или внешнем рынке?

Для того чтобы ответить на эти вопросы, экономическая стратегия должна вырабатывать следующие правила и приемы:

- исследования условий конкурентного преимущества, формируемых детерминантами «национального ромба» (совокупность детерминантов конкурентного преимущества – метод отражения условий, складывающихся в Республике Беларусь, для достижения этого преимущества) внутри страны и за ее пределами, и выявление предпочтительной миссии организации;
- исследования рынков потенциальных товаров и услуг, отвечающих миссии организации, и выбора таких стратегических зон хозяйствования, которые способны в длительной перспективе обеспечить ее внешнюю гибкость;
- формирования товарного ассортимента организации, в наибольшей степени удовлетворяющего актуальные индивидуальные и производственные потребности потенциальных потребителей внутри

страны и за ее пределами и обеспечивающего на этой основе систематическое получение организацией экономической прибыли;

- распределения имеющихся в распоряжении организации и привлекаемых ею дополнительных ресурсов между различными направлениями деятельности, обеспечивающего максимальную продуктивность использования этих ресурсов;

- взаимодействия с рынками факторов производства ценных бумаг, валютными рынками, обеспечивающего экономически эффективное поддержание стратегического потенциала организации на уровне, достаточном для обладания конкурентным преимуществом на всех этапах ее жизненного цикла;

- формирования эффективной ценовой политики, обеспечивающей в долговременной перспективе устойчивое положение организации в традиционных и вновь осваиваемых сегментах рынка;

- своевременного обнаружения кризисных тенденций как в рамках национальной экономики и ее отраслей, так и внутри организации, и предотвращения ее несостоятельности (банкротства).

Таким образом, экономическая стратегия организации с момента определения ее миссии, формирования ее профиля и в течение всего периода функционирования должна быть ориентирована на поддержание конкурентного преимущества, предотвращение банкротства, обеспечение длительной стабильности организации в постоянно изменяющемся мире.

*Миссия* – предназначение организации, ее генеральная цель.

Главными направлениями деятельности организации в выработке стратегических решений являются:

- сбор и переработка значительных объемов многообразной по характеру информации;

- ведение переговоров с многочисленными группами стратегического влияния, потенциальными поставщиками ресурсов, клиентами, заказчиками и другими контактными аудиториями;

- мониторинг рынков товаров и услуг, факторов производства;

- выработка конкретных стратегических решений.

Разработка вариантов и выбор предпочтительной экономической стратегии представляет собой процесс формирования портфеля (набора) стратегических рыночных трансакций, т. е. разнообразных соглашений, сделок с многочисленными партнерами, которые организация должна осуществить в перспективе, чтобы обеспечить себе устойчивое положение. Создание такого портфеля связано с весьма существенными издержками. Они с полным правом могут быть отнесены к категории трансакционных. Их величина бывает настолько

существенна, что может оказать определяющее влияние на направленность экономической стратегии. Существование транзакционных издержек будет подталкивать к введению различных форм деловой практики (тип контракта, выбор предполагаемых продуктов и услуг), обеспечивающих сокращение транзакционных издержек в том случае, когда затраты по выработке таких форм оказываются меньше, чем экономия на транзакционных издержках.

Сущность экономической стратегии состоит в выборе:

- способов выявления стратегических целей, которые приводили бы к сокращению транзакционных издержек;
- целей, достижение которых требовало бы меньших суммарных производственных и транзакционных издержек;
- целей, достижение которых обеспечивало бы наибольший прирост уровня конкурентного статуса организации за счет усиления совокупного влияния ее стратегического потенциала.

Стратегический курс организации – это продукт внешних рыночных альтернатив (ограничений) и внутренних факторов: ресурсов, квалификации, управленческих преимуществ. Множество факторов влияет на выбор стратегии: потребительские вкусы, предпочтения, покупательские привычки, технологические изменения, конкурентные воздействия, потребности в инвестициях, ожидания прибыли, финансовые возможности, оценка квалификационных и управленческих качеств, государственные акты регулирования, обязательства, политические и культурные условия.

В зависимости от степени нестабильности внешней среды можно выделить следующие виды стратегического управления:

- управление на основе экстраполяции, применяющееся в условиях сравнительно невысокой степени нестабильности;
- управление на основе предвидения изменений, применяющееся при средних значениях степени нестабильности;
- управление на основе гибких экспертных решений, используемых для условий существенной нестабильности внешней среды.

Основные особенности экономической стратегии заключаются в следующем:

- процесс выработки экономической стратегии не завершается каким-либо немедленным действием, он заканчивается установлением общих направлений, продвижение по которым должно обеспечить желаемый прирост уровня конкурентного статуса организации;
- особенность состоит в существенном отличии выбора и реализации оперативных (тактических) транзакций, полнота и надежность информации для которых значительно выше, чем полнота и надеж-

ность информации, имеющаяся в распоряжении организации при выборе стратегических трансакций;

- роль обратной связи существенно выше, чем при текущем планировании;

- на уровне стратегического планирования весьма трудно определить абсолютные показатели полезности тех или иных стратегических решений.

Полезным в стратегическом отношении может быть признано решение, обеспечивающее в долгосрочном периоде успешное выполнение организацией своей миссии и создающее предпосылки для сохранения ее экономической безопасности.

Успешность выполнения организацией своей миссии в долгосрочной перспективе определяется степенью достижения глобальной стратегической цели, т. е. постоянством поддержания на высоком уровне конкурентных преимуществ. Постоянство зависит от того, насколько принимаемые решения учитывают:

- потенциальную степень нестабильности внешней среды;
- достигнутый и прогнозируемый на перспективу уровень внешней и внутренней гибкости стратегического потенциала организации;
- инвестиционные возможности организации.

Основой для разработки стратегии является планирование и прогнозирование деятельности.

*Прогнозирование* строится на предположении и не позволяет в полной мере учесть условия деятельности организации.

В соответствии с Рекомендациями по разработке прогнозов развития коммерческих организаций на пять лет, утвержденными постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 30 октября 2006 г. № 186, *прогноз развития* представляет собой систему научно обоснованных ориентиров, определение основных направлений и параметров развития организации, трудовых, материальных и финансовых средств, необходимых для достижения поставленной цели, а также организационно-технических мер, обеспечивающих благоприятную среду ее функционирования.

Прогноз развития определяет концепцию технической и экономической политики коммерческой организации на перспективу, решает стратегические задачи долгосрочного характера. Особенностью стратегического прогноза является целевой подход к формированию показателей развития коммерческих организаций, относительно свободный выбор технико-экономических решений, обоснование вариантов.



Прогноз развития базируется на анализе текущего состояния коммерческой организации, основных факторов экономического роста и оценке их влияния на ее дальнейшее развитие в прогнозном периоде, определении положительных тенденций, а также причин, негативно влияющих на результативность производства и реализации товаров, продукции, работ, услуг.

Прогнозы развития разрабатываются с учетом особенностей и специфики видов экономической деятельности в соответствии с отраслевыми рекомендациями по разработке прогнозов развития коммерческих организаций на пять лет.

*Планирование* – это процесс, предусматривающий выполнение намеченной системы мероприятий с указанием порядка, последовательности и сроков их выполнения. Планирование является экономическим методом руководства деятельностью организации.

С точки зрения применения этой категории к организации, планирование представляет собой процесс экономического обоснования основных показателей хозяйственно-финансовой деятельности организации на основании использования внутренней и внешней информации на будущий период.

По отдельным крупным торговым сделкам или инвестиционным проектам разрабатываются бизнес-планы, которые представляют собой конкретную программу действий организации в данном направлении, включающую описание проекта, анализ рынка и конкурентов, план продаж или строительства (реконструкции), план финансирования со сроками возврата кредита, расчет предстоящего эффекта (эффективности) от реализации проекта.

Таким образом, планирование как процесс включает четыре этапа:

- анализ предыдущего и текущего состояния объекта планирования (показателя);
- прогноз развития показателей при определенных экономических условиях;
- постановку цели, т. е. конкретного результата планирования;
- выработку программы достижения цели, которая предусматривает увязку цели с экономическими ресурсами, имеющимися для ее достижения.

### ***3.2.5. Структура управления организацией***

*Организационная структура управления* – организованная форма разделения труда и распределения полномочий между подразделе-

ниями и работниками организации. Она реализуется через решение комплекса вопросов, связанных с разработкой схем и алгоритмов управления, определением функций, прав, взаимоотношений, ответственности органов управления, совершенствованием стиля и методов управления, подбором и расстановкой кадров и т. д.

Организационная структура управления организацией представляет собой взаимоотношения уровней управления и функциональных служб организации, которые построены в такой форме, которая способна наиболее эффективно достичь цели организации.

Организационная структура управления торговой организацией, которая по сути своей является организационной формой разделения труда по принятию и реализации управленческих решений, характеризуется распределением целей и задач управления между подразделениями и работниками организации.

### **3.3. Основные показатели, характеризующие внутреннюю среду организации**

Внутренняя среда торговой организации характеризуется различными показателями по отдельным направлениям ее деятельности, таким как:

- торгово-производственная деятельность: объем продаж, производственная мощность, режим работы, состояние торговой сети, товарное обеспечение и др.;
- финансовая деятельность: объем и структура имущества, объем и структура инвестиций, ликвидность и платежеспособность, оборачиваемость средств и др.;
- кадровая деятельность: укомплектованность и структура кадров, производительность труда, средняя заработная плата и др.;
- коммерческая деятельность: ассортиментная политика, организация хозяйственных связей, характер коммерческих сделок и их эффективность, ценовая политика, конкурентоспособность и др.;
- организационно-управленческая деятельность: система планирования, организационная структура управления, информационное обеспечение, профессиональный уровень руководителей и специалистов и др.

Основные показатели внутренней среды организаций торговли представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели, характеризующие внутреннюю среду организации

Показатели	Качественная характеристика, значимость
1. Трудовые ресурсы, всего	Количество работников, занятых в орга-

В том числе: аппарат управления	низации
специалисты	
основной персонал	
вспомогательный персонал	
2. Соотношение аппарата управления и специалистов с основным и вспомогательным персоналом	Оценка оптимальности в соотношении основных групп персонала
3. Имущество организации	Стоимостное выражение движимых и недвижимых средств
4. Объекты розничной торговой сети	Фактор конкурентоспособности
5. Торговая площадь розничной торговой сети	Фактор конкурентоспособности
6. Технологии реализации товаров	Фактор конкурентоспособности

Окончание таблицы 4

Показатели	Качественная характеристика, значимость
7. Доля собственных оборотных средств в оборотных средствах	Фактор конкурентоспособности
8. Структура управления организацией	Оценка эффективности работы
9. Показатели объемов деятельности организации (розничный товарооборот, оптовый товарооборот)	Выручка от реализации товаров
10. Темпы роста объемов деятельности торговой организации	Экономический рост организации

## **Раздел II. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ**

### **Тема 4. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ И ОПЛАТА ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТОРГОВЛИ**

#### **4.1. Трудовые ресурсы организации**

##### ***4.1.1. Сущность и особенности труда в торговле***

*Труд* – это целесообразная, сознательная и организованная деятельность людей, направленная на преобразование природных ресурсов, создание материальных и духовных благ и их доведение до потребителей.

Труд работников торговли имеет характерные признаки, особенности, отличающие его от труда в других отраслях экономики. Труд в торговле характеризуется неравномерной интенсивностью. Так, в «часы пик» покупательских потоков наблюдается чрезвычайная напряженность труда, а в другие часы – работники простаивают.

В связи с выполняемыми трудовыми функциями различают труд работников торговли, связанный с продолжением процессов производства в сфере обращения (транспортировка, хранение, сортировка, упаковка, фасовка, маркировка товаров), и труд работников торговли, связанный с необходимостью превращения одной формы стоимости в другую (процесс реализации товаров, обслуживание денежного оборота, организация учета и отчетности, рекламная деятельность).

Работы, связанные с продолжением процесса производства в торговле, выполняются зачастую вручную, порой за счет времени, которое должно быть израсходовано на непосредственное обслуживание покупателей. Сокращение доли затрат труда за счет его механизации и автоматизации, получение товаров от поставщиков в наиболее готовом для продажи виде повышают производительность труда торговых работников.

Постоянный непосредственный контакт с покупателями обуславливает нервное и эмоциональное напряжение работников, занятых реализацией товаров.

Таким образом, можно выделить следующие особенности труда в торговле:

- двойственный характер труда;
- значительная доля затрат живого труда;
- нервное и эмоциональное напряжение торговых работников;
- неравномерная напряженность труда в течение дня и периодов года;
- результатом труда является не продукт, а услуга.

#### ***4.1.2. Понятие и характеристика трудовых ресурсов***

Ключевым элементом осуществления трудовой деятельности являются *трудовые ресурсы*. Данную категорию рассматривают на макро- и микроуровне.

Как макроэкономическая категория трудовые ресурсы представляют часть населения страны, обладающую необходимым физическим развитием, умственными способностями и знаниями для выпол-

нения определенных работ. Состав трудовых ресурсов в национальной экономике представлен на рисунке 15.

По состоянию на 1 января 2018 г. численность населения Республики Беларусь составила 9 491,8 тыс. чел., трудовых ресурсов – 5 744,4 тыс. чел. Численность экономически активного населения составляет 4 645,7 тыс. чел., в том числе занятое – 4 352,3 тыс. чел., официально зарегистрированные безработные – 33,7 тыс. чел. (0,57% от экономически активного населения). Трудоспособным населением в трудоспособном возрасте являются мужчины в возрасте 16–59 лет и женщины в возрасте 16–54 лет за исключением лиц, получающих пенсии по инвалидности 1 и 2 группы, за выслугу лет, по возрасту (с 1 января 2017 г. 16–62 года и 16–57 лет соответственно).

На микроуровне трудовыми ресурсами являются работники организации, занятые на постоянной, сезонной и временной (более одного дня) работе.

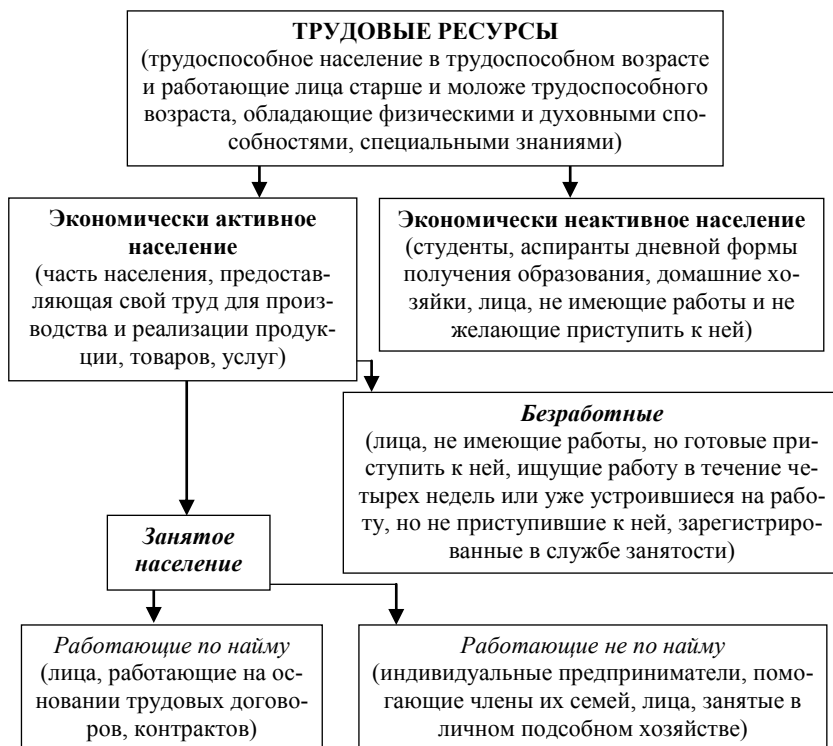


Рисунок 15 – Классификация трудовых ресурсов

Трудовые ресурсы имеют количественные и качественные слагаемые, т. е. характеристики.

Количественно они выражаются через показатели численности работников. Качественные характеристики трудовых ресурсов включают в себя трудовой потенциал. Это их образовательный уровень, специализация, профессиональный опыт, дисциплинированность, производительность и т. п. Эти характеристики при равной численности определяют различия заключенного в ней трудового потенциала, т. е. способности трудовых ресурсов выполнять возложенные на них функции.

Численность работников характеризуется следующими показателями: списочная численность, списочная численность в среднем за период, среднесписочная численность и явочная численность.

*Списочная численность* – это численность всех работников, состоящих в списках организации на определенную дату. В списочный состав входят работники, фактически явившиеся на работу, не вышедшие на работу по причине простоя, находящиеся в служебных командировках, выполняющие работу на дому по трудовому договору, работающие по нарядам за пределами организации и т. п.

В списочную численность работников на конкретную дату включаются работники, принятые на работу в этот день, и исключаются выбывшие работники в этот день.

*Явочная численность* – это необходимая численность работников с учетом числа рабочих мест и нормы времени их работы.

*Списочная численность в среднем за период* – это численность работников организации, определяемая в среднем за соответствующий период (месяц, квартал, полугодие, год). Списочная численность работников в среднем за месяц определяется путем суммирования численности работников списочного состава за каждый календарный день этого периода и деления этой суммы на число календарных дней. Число работников за выходной или праздничный (нерабочий) день принимается равный списочной численности работников за предшествующий день, исключая работников, для которых это был последний день работы.

*Среднесписочная численность работников* используется при определении средней заработной платы и других средних величин. При расчете среднесписочной численности работников из численности списочного состава исключаются работники, находящиеся в отпусках по беременности и родам, по уходу за ребенком, не явившиеся на работу вследствие временной нетрудоспособности, находящиеся в от-

пусках без сохранения заработной платы и некоторые другие категории работников.

#### **4.1.3. Структура трудовых ресурсов торговой организации**

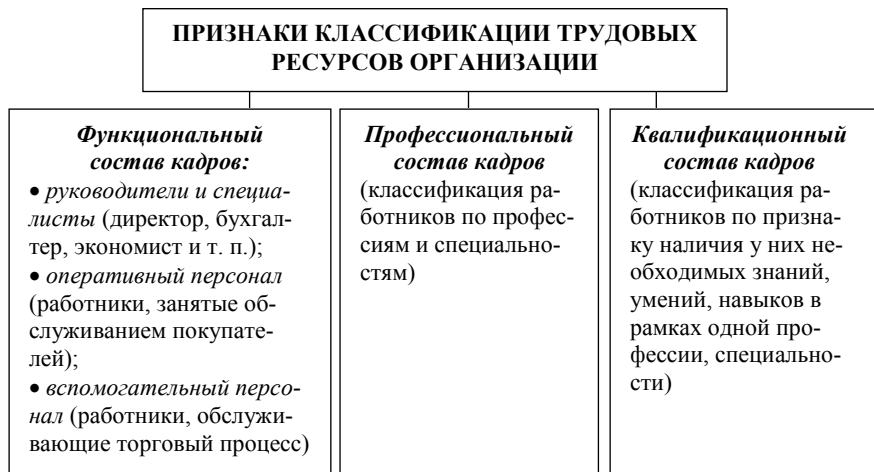
Все работники имеют профессию, специальность и квалификацию.

*Профессия* в соответствии с Трудовым кодексом Республики Беларусь – это род трудовой деятельности, требующий определенных знаний и навыков, приобретаемых путем обучения и практического опыта (например, продавец).

*Специальность* – это совокупность приобретенных путем специальной подготовки и опыта работы знаний, умений и навыков, необходимых для выполнения определенного вида трудовой деятельности в рамках данной профессии (например, продавец непродовольственных товаров).

*Квалификация* – это степень овладения работником профессией или специальностью, уровень общей и специальной подготовки работника, подтверждаемый документами об образовании. Присвоение квалификации работникам по соответствующей профессии производится аттестационными комиссиями в организациях или учреждениях образования. При этом принимаются во внимание образование, стаж работы, деловые качества работника.

Персонал организации классифицируется по функциональному, профессиональному, квалификационному признакам (рисунок 16).



*Функциональный состав* работников включает 3 группы:

- аппарат управления и специалисты – работники, выполняющие функции управления и сопровождающие этот процесс (в организациях торговли это директора, их заместители, заведующие объектами розничной (оптовой) торговли, главные специалисты, руководители структурных подразделений, специалисты (экономисты, бухгалтеры, товароведы и др.), технические исполнители);
- торгово-оперативный персонал – работники, занятые непосредственно обслуживанием покупателей (продавцы, кассиры);
- вспомогательный персонал – работники, обслуживающие процесс продажи товаров (грузчики, фасовщики, уборщицы).

*Профессиональный состав* – это классификация работников по профессиям или специальностям, т. е. имеющих специальную подготовку для выполнения определенной работы.

*Квалификационный состав* – это классификация работников по степени наличия у них знаний и умений для выполнения определенной работы в рамках одной профессии (специальности). Например, торгово-оперативный персонал имеет 4 квалификационных разряда (продавцы, контролеры-кассиры – с 4-го по 6-й, продавец-консультант – 7-й).

Кроме этого, трудовые ресурсы классифицируются по половому и возрастному признаку, по уровню образования.

## 4.2. Производительность и эффективность труда в торговле

### 4.2.1. Понятие и методы измерения производительности труда

*Производительность труда* – это продуктивность деятельности работников, которая измеряется количеством работы, выполненной в единицу времени.

В общем виде производительность труда измеряется по формуле

$$P\dot{T} = \frac{\dot{I}}{\times},$$

где  $P\dot{T}$  – производительность труда;



$O$  – объем работы в единицу времени;  
 $Ч$  – численность работников.

В торговле производительность труда измеряется отношением объема продаж за определенный период к численности работников.

Применяются два метода измерения производительности труда: *стоимостной* и *натуральный*. При стоимостном методе измерения объем работы берется в денежном выражении. Стоимостной метод измерения позволяет сравнивать производительность труда работников разных профессий, квалификаций. Но недостатками этого метода являются разная трудоемкость реализации разных товаров и инфляционный фактор.

Более точная оценка производительности труда может быть дана в натуральных показателях (тоннах, килограммах, метрах, штуках). Однако использование натурального метода ограничено разнородностью товарных групп.

Методы расчета производительности труда представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Методы расчета производительности труда

Показатели	Методика расчета
1. Производительность труда в единицу времени	$\frac{\tilde{N}\delta\acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\gamma}}{\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\delta\grave{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\delta\grave{\epsilon}\grave{\alpha}} = \frac{\grave{\omicron}\acute{\iota}\acute{\alpha}\grave{\alpha}\delta\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\iota}\delta\acute{\iota}\delta}{\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\acute{\alpha}\acute{\iota}\ \acute{\iota}\delta\delta\grave{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\delta\grave{\alpha}\acute{\iota}\acute{\iota}\ \acute{\upsilon}\delta\div\acute{\alpha}\acute{\epsilon}\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\epsilon}\acute{\iota}\div\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\epsilon}};$ $\frac{\tilde{N}\delta\acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\alpha}\div\acute{\alpha}\acute{\eta}\acute{\eta}\acute{\alpha}\acute{\gamma}}{\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\delta\grave{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\delta\grave{\epsilon}\grave{\alpha}} = \frac{\grave{\omicron}\acute{\iota}\acute{\alpha}\grave{\alpha}\delta\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\iota}\delta\acute{\iota}\delta}{\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\upsilon}\acute{\alpha}\acute{\iota}\ \acute{\iota}\delta\delta\grave{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\delta\grave{\alpha}\acute{\iota}\acute{\iota}\ \acute{\upsilon}\delta\div\acute{\alpha}\acute{\epsilon}\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\epsilon}\acute{\iota}\div\acute{\alpha}\acute{\eta}\acute{\iota}\acute{\alpha}}$
2. Производительность труда, рассчитанная на единицу продукции	$\frac{\tilde{N}\delta\acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\gamma}\acute{\gamma}}{\acute{\iota}\delta\acute{\iota}\epsilon\grave{\varsigma}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\alpha}\grave{\epsilon}\delta\ \acute{\alpha}\acute{\epsilon}\acute{\upsilon}\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\acute{\upsilon}\div\delta\delta\acute{\omicron}\acute{\alpha}\acute{\alpha}} = \frac{\acute{\epsilon}\acute{\iota}\epsilon\grave{\epsilon}\div\acute{\alpha}\acute{\eta}\delta\acute{\alpha}\acute{\iota}\ \acute{\iota}\delta\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\upsilon}\delta\div\delta\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\alpha}\delta\acute{\iota}\acute{\alpha}}{\times\acute{\epsilon}\acute{\eta}\acute{\epsilon}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\div\acute{\iota}\ \delta\grave{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\delta\acute{\iota}\epsilon\grave{\epsilon}\acute{\iota}\acute{\alpha}};$ $\frac{\acute{\iota}\delta\acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\epsilon}\acute{\upsilon}\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\gamma}}{\acute{\iota}\delta\acute{\iota}\epsilon\grave{\varsigma}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\alpha}\grave{\epsilon}\delta\ \acute{\alpha}\acute{\epsilon}\acute{\upsilon}\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\acute{\upsilon}\div\delta\delta\acute{\omicron}\acute{\alpha}\acute{\alpha}} = \frac{\acute{\iota}\delta\epsilon\delta\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\ \acute{\epsilon}\acute{\iota}\epsilon\grave{\epsilon}\div\acute{\alpha}\acute{\eta}\delta\acute{\alpha}\acute{\alpha}\ \acute{\iota}\delta\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\upsilon}\delta\div\delta\acute{\iota}\acute{\alpha}\acute{\alpha}\delta\acute{\iota}\acute{\alpha}}{\acute{\iota}\delta\epsilon\delta\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\div\acute{\epsilon}\acute{\eta}\acute{\epsilon}\acute{\alpha}\acute{\iota}\acute{\iota}\acute{\eta}\delta\div\acute{\epsilon}\ \delta\grave{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\delta\acute{\iota}\epsilon\grave{\epsilon}\acute{\iota}\acute{\alpha}}$

3. Производительность труда в расчете на одного среднесписочного работника	$\frac{\text{Ἰδιεçáíáðò áευίíñðü ððóááíí ðíááðííáíð íðó}}{\text{áðáëóüëð ðáíáð}} = \frac{\text{Ὀíááðííáíð íð}}{\text{Ñðááíáñíëí÷íáy ÷ëñéáííñð ü ðááíðíëéíá}} ;$ $\frac{\text{Ἰδιεçáíáðò áευίíñðü ððóááíí ðíááðííáíð íðó}}{\text{áñííñðááëí üð ðáíáð}} = \frac{\text{Ὀíááðííáíð íð : Ἐíááëñ ðáí}}{\text{Ñðááíáñíëí÷íáy ÷ëñéáííñð ü ðááíðíëéíá}} ;$ $\frac{\text{Ἰδιεçáíáðò áευίíñðü ððóááíí áíðíáð}}{\text{áíðíáð}} = \frac{\text{Ááëíáíé áíðíá íð ðááëëçáðëë}}{\text{Ñðááíáñíëí÷íáy ÷ëñéáííñð ü ðááíðíëéíá}} ;$ $\frac{\text{Ἰδιεçáíáðò áευίíñðü ððóááíí ÷ëñðíé íðíáóéöëë}}{\text{íðíáóéöëë}} = \frac{\text{×ëñðáy íðíáóéöëë}}{\text{Ñðááíáñíëí÷íáy ÷ëñéáííñð ü ðááíðíëéíá}} ;$ $\frac{\text{Ἰδιεçáíáðò áευίíñðü ððóááíí íðéáüëë}}{\text{íðéáüëë}} = \frac{\text{Ἰðéáüëü}}{\text{Ñðááíáñíëí÷íáy ÷ëñéáííñð ü ðááíðíëéíá}} ;$
--	---

Окончание таблицы 5

Показатели	Методика расчета
4. Производительность труда в организации потребительской кооперации (райпо)	$\frac{\text{Ἰδιεçáíáðò áευίíñðü ððóááííáððáðá ðíðááëáíéë}}{\text{ë ñíáððáëëñðíá}} = \frac{\text{Ñíáíëðííé íáüáí ááððáευίíñðë (ñóííá áñáðáíðíðíá)}}{\text{Øðáðíáy ÷ëñéáííñð ü áíðáðáðá ðíðááëáíéë}} ;$ $\frac{\text{Ἰδιεçáíáðò áευίíñðü ððóááííðíáááðíá}}{\text{ðíáááðíá}} = \frac{\text{Ðíçíë÷íúé ðíááðííáíð íð}}{\text{Øðáðíáy ÷ëñéáííñð ü íðíáááðíá íá äáðð, ñéááðñüð çá áíáëëçëððóáíé}} ;$

#### 4.2.2. Эффективность труда в торговле. Система показателей оценки эффективности использования трудовых ресурсов

Понятие «эффективность труда» более широкое, чем производительность и предполагает, во-первых, соизмерение полученного эко-

номического эффекта с затратами живого труда, во-вторых, оценку качества труда.

Эффективность использования трудовых ресурсов организации – это экономическая категория, отражающая результативность использования труда с точки зрения его отдачи через объемы производства и продаж, доходность и прибыльность в целом по организации, а также по отдельным видам ее деятельности.

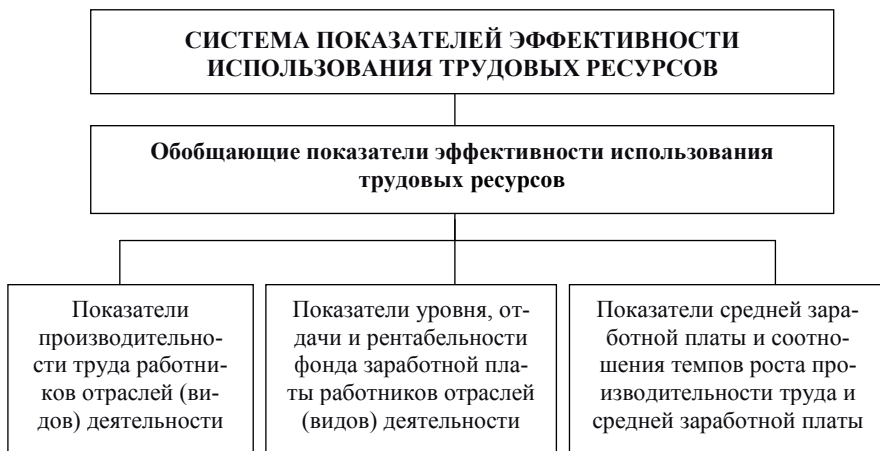
Показатели эффективности использования трудовых ресурсов отражают сколько рублей товарооборота, доходов и прибыли приходится на рубль затрат по заработной плате в целом по организации, по ее отдельным отраслям и видам деятельности.

В современных условиях с целью углубления экономического анализа экономических ресурсов и достоверности расчетов для организаций потребительской кооперации (облпотребсоюз, областное потребительское общество, райпо, филиалы областного потребительского общества) целесообразен расчет показателей эффективности использования трудовых ресурсов в целом по организации (итоговые показатели), а также по отдельным отраслям и видам деятельности.

Выделяются следующие группы показателей эффективности использования трудовых ресурсов:

- обобщающие показатели;
- показатели производительности труда работников отраслей деятельности;
- показатели уровня, отдачи и рентабельности фонда заработной платы работников отраслей деятельности;
- показатели средней заработной платы и соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы;

Система показателей эффективности использования трудовых ресурсов организаций торговли представлена на рисунке 17.



**Рисунок 17 – Система показателей эффективности использования трудовых ресурсов**

В организациях потребительской кооперации для определения производительности труда аппарата управления и специалистов используется показатель «совокупный объем деятельности», представляющий собой сумму всех оборотов отраслей сферы товарного обращения и выручки от реализации произведенной продукции (услуг). По нашему мнению, для расчета этого показателя, а также производительности труда в целом по организации целесообразно использовать показатель «валовая выручка (совокупный доход)», в большей мере отражающий стоимостный эквивалент объема деятельности организации от всех отраслей и видов деятельности. Валовая выручка (совокупный доход) определяется путем суммирования доходов по текущей деятельности (выручка и прочие доходы по текущей деятельности) с доходами по инвестиционной и финансовой деятельности. Также будет целесообразно применять показатель не штатной численности, а среднесписочной, так как он более точно отражает реальную численность занятого персонала в организации.

В таблицах 6 и 7 представлены слагаемые для расчета показателей эффективности использования трудовых ресурсов, источники информации, система показателей эффективности использования трудовых ресурсов организаций торговли и алгоритм их расчета.

**Таблица 6 – Слагаемые показателей эффективности использования трудовых ресурсов организации**

Слагаемые показателей рентабельности	Источник информации
1. Прибыль до налогообложения	Отчет о прибылях и убытках (стр. 150, колонка 3)
2. Прибыль от текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 090, колонка 3)
3. Прибыль от реализации в розничной торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 1)
4. Прибыль от реализации в оптовой торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 2)

5. Прибыль от реализации в общественном питании	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 4)
6. Прибыль от реализации в заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 5)
7. Прибыль от реализации в промышленности	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 380, колонка 1)
8. Прибыль от реализации в других отраслях	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 470, колонка 5)
9. Совокупные доходы (валовая выручка)	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010 + стр. 070 + стр. 100 + стр. 120, колонка 3)
10. Розничный товароборот	Форма № 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» (стр. 100, колонка 1)
11. Оптовый товароборот	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 40 000, колонка 1)
12. Товароборот общественного питания	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 43 000, колонка 1)

Продолжение таблицы 6

Слагаемые показателей рентабельности	Источник информации
13. Оборот по реализации в заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 46 000, колонка 1)
14. Выручка от реализации произведенной продукции	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 310, колонка 1)
15. Выручка от реализации в других отраслях	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 410, колонка 1)
16. Доходы по текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010 + стр. 070, колонка 3)
17. Валовой доход от реализации в розничной торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 1)
18. Валовой доход от реализации в оптовой торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 2)
19. Валовой доход общественного питания	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 4)

20. Валовой доход от реализации в заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 5)
21. Чистая продукция розничной торговли	Стр. 3 + стр. 34 данной таблицы
22. Чистая продукция оптовой торговли	Стр. 4 + стр. 35 данной таблицы
23. Чистая продукция общественно-го питания	Стр. 5 + стр. 36 данной таблицы
24. Чистая продукция заготовительной отрасли	Стр. 6 + стр. 37 данной таблицы
25. Чистая продукция промышленности	Стр. 7 + стр. 38 данной таблицы
26. Чистая продукция других отраслей	Стр. 8 + стр. 39 данной таблицы
27. Фонд заработной платы	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (стр. 02, колонка 2)
28. Фонд заработной платы работников розничной торговли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 6)
29. Фонд заработной платы работников оптовой торговли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 6)

Продолжение таблицы 6

Слагаемые показателей рентабельности	Источник информации
30. Фонд заработной платы работников общественного питания	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 6)
31. Фонд заработной платы работников заготовительной отрасли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 6)
32. Фонд заработной платы работников промышленности	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 6)
33. Фонд заработной платы работников других отраслей	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 6)
34. Расходы на оплату труда работников розничной торговли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 22 000, колонка 1)
35. Расходы на оплату труда работников оптовой торговли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 22 000, колонка 2)
36. Расходы на оплату труда работников общественного питания	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 22 000, колонка 4)
37. Расходы на оплату труда работников заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 22 000, колонка 5)

38. Расходы на оплату труда работников промышленности	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 220, колонка 1)
39. Расходы на оплату труда работников других отраслей	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 520, колонка 1)
40. Списочная численность аппарата управления и специалистов (на конец года), чел.	Форма № 6-Т (кадры) «Отчет о численности, составе и профессиональном обучении кадров» (стр. 01, колонка 3 + колонка 4)
41. Среднесписочная численность работников организации	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (стр. 01, колонка 2)
42. Списочная численность торгово-оперативного персонала (на конец года), чел.	Форма № 1-Т (кадры) «Отчет о численности, составе и профессиональном обучении кадров» (стр. 01, колонка 6)
43. Среднесписочная численность работников розничной торговли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 2)
44. Среднесписочная численность работников оптовой торговли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 2)
45. Среднесписочная численность работников общественного питания	Форма № 12-Т «Отчет по труду» соответствующая строка раздела V, колонка 2)

Окончание таблицы 6

Слагаемые показателей рентабельности	Источник информации
46. Среднесписочная численность работников заготовительной отрасли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 2)
47. Среднесписочная численность работников промышленности	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 2)
48. Среднесписочная численность работников других отраслей	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 2)

Таблица 7 – Система показателей эффективности использования трудовых ресурсов

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 6)
<b>1. Обобщающие показатели эффективности использования трудовых ресурсов</b>		
1.1. Итоговая производительность		

труда: 1.1.1. Аппарата управления и спе- циалистов, тыс. р.	$\frac{\tilde{N}i\alpha i\epsilon o r i \ddot{u} \ddot{a} \quad \ddot{a} i \delta i \ddot{u} \ddot{u} \quad (\ddot{a} \ddot{a} \epsilon i \ddot{a} \ddot{a} \ddot{y} \ddot{a} \ddot{u} \delta \ddot{o} \ddot{e} \ddot{a})}{\tilde{N} i \epsilon \pi i \ddot{e} \ddot{a} \ddot{y} \quad \ddot{e} \ddot{n} \epsilon \ddot{a} i \ddot{f} i \ddot{n} \ddot{o} \quad \ddot{u} \quad \ddot{a} i \ddot{a} \delta \ddot{a} \delta \ddot{a} \quad \ddot{o} i \ddot{a} \delta \ddot{a} \epsilon i \ddot{e} \ddot{y} \ddot{e} \quad \ddot{n} i \ddot{a} \delta \ddot{e} \ddot{a} \epsilon \ddot{n} \ddot{o} i \ddot{a} \quad (\ddot{a} \quad \epsilon i \ddot{f} \ddot{a} \delta \quad \ddot{a} i \ddot{u} \ddot{a})}$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. 9}{\tilde{N} \delta \delta. 40}$
1.1.2. Торгово-опе- ративного персона- ла, тыс. р.	$\frac{\ddot{A} \ddot{a} \epsilon i \ddot{a} \ddot{u} \epsilon \quad \delta i \ddot{a} \ddot{a} \delta i i \ddot{a} i \delta \quad i \delta}{\tilde{N} i \epsilon \pi i \ddot{e} \ddot{a} \ddot{y} \quad \ddot{e} \ddot{n} \epsilon \ddot{a} i \ddot{f} i \ddot{n} \ddot{o} \quad \ddot{u} \quad \ddot{o} i \delta \ddot{a} i \ddot{a} i \quad - \quad i i \ddot{a} \delta \ddot{a} \delta \ddot{e} \ddot{a} i \ddot{f} \quad \ddot{a} i \quad i \ddot{a} \delta \ddot{n} i \ddot{f} \ddot{a} \epsilon \ddot{a} \quad (\ddot{a} \quad \epsilon i \ddot{f} \ddot{a} \delta \quad \ddot{a} i \ddot{u} \ddot{a})}$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. 10 + \tilde{N} \delta \delta. 11 + \tilde{N} \delta \delta. 12 + \tilde{N} \delta \delta. 13}{\tilde{N} \delta \delta. 43}$
1.1.3. Всех работни- ков организации, тыс. р.	$\frac{\tilde{N}i\alpha i\epsilon o r i \ddot{u} \ddot{a} \quad \ddot{a} i \delta i \ddot{u} \ddot{u} \quad (\ddot{a} \ddot{a} \epsilon i \ddot{a} \ddot{a} \ddot{y} \ddot{a} \ddot{u} \delta \ddot{o} \ddot{e} \ddot{a})}{\tilde{N} \delta \ddot{a} \ddot{a} i \ddot{a} \ddot{n} i \epsilon \pi i \ddot{e} \ddot{a} \ddot{y} \quad \ddot{e} \ddot{n} \epsilon \ddot{a} i \ddot{f} i \ddot{n} \ddot{o} \quad \ddot{u} \quad \delta \ddot{a} \ddot{a} i \delta i \epsilon \ddot{e} i \ddot{a} \quad i \delta \ddot{a} \ddot{a} i \epsilon \ddot{a} \delta \ddot{e} \ddot{e}}$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. 9}{\tilde{N} \delta \delta. 41}$
1.2. Итоговая рен- табельность фонда заработной платы, %	$\frac{\ddot{I} \delta \epsilon \ddot{a} \ddot{u} \ddot{e} \ddot{u} \quad \ddot{a} i \quad i \ddot{a} \epsilon i \ddot{a} i \ddot{f} \ddot{a} \epsilon i \ddot{f} \quad \ddot{a} \ddot{a} i \ddot{e} \ddot{y} \quad \cdot 100}{\ddot{O} i \ddot{f} \ddot{a} \quad \zeta \ddot{a} \delta \ddot{a} \ddot{a} i \delta i \ddot{f} \ddot{e} \quad i \epsilon \ddot{a} \delta \ddot{u}}$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. 1}{\tilde{N} \delta \delta. 27} \cdot 100$
1.3. Итоговая зар- платоотдача, р.	$\frac{\tilde{N}i\alpha i\epsilon o r i \ddot{u} \ddot{a} \quad \ddot{a} i \delta i \ddot{u} \ddot{u} \quad (\ddot{a} \ddot{a} \epsilon i \ddot{a} \ddot{a} \ddot{y} \ddot{a} \ddot{u} \delta \ddot{o} \ddot{e} \ddot{a})}{\ddot{O} i \ddot{f} \ddot{a} \quad \zeta \ddot{a} \delta \ddot{a} \ddot{a} i \delta i \ddot{f} \ddot{e} \quad i \epsilon \ddot{a} \delta \ddot{u}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. 9}{\tilde{N} \delta \delta. 27}$

Продолжение таблицы 7

Показатели	Формула	Алгоритм рас- чета (строки указаны из таблицы 6)
1.4. Итоговый уро- вень фонда зара- ботной платы, %	$\frac{\ddot{O} i \ddot{f} \ddot{a} \quad \zeta \ddot{a} \delta \ddot{a} \ddot{a} i \delta i \ddot{f} \ddot{e} \quad i \epsilon \ddot{a} \delta \ddot{u}}{\tilde{N} i \alpha i \epsilon o r i \ddot{u} \ddot{a} \quad \ddot{a} i \delta i \ddot{u} \ddot{u} \quad (\ddot{a} \ddot{a} \epsilon i \ddot{a} \ddot{a} \ddot{y} \ddot{a} \ddot{u} \delta \ddot{o} \ddot{e} \ddot{a})} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. 27}{\tilde{N} \delta \delta. 9} \cdot 100$
1.5. Средняя зара- ботная плата по ор- ганизации, тыс. р.	$\frac{\ddot{O} i \ddot{f} \ddot{a} \quad \zeta \ddot{a} \delta \ddot{a} \ddot{a} i \delta i \ddot{f} \ddot{e} \quad i \epsilon \ddot{a} \delta \ddot{u}}{\tilde{N} \delta \ddot{a} \ddot{a} i \ddot{a} \ddot{n} i \epsilon \pi i \ddot{e} \ddot{a} \ddot{y} \quad \ddot{e} \ddot{n} \epsilon \ddot{a} i \ddot{f} i \ddot{n} \ddot{o} \quad \ddot{u} \quad \delta \ddot{a} \ddot{a} i \delta i \epsilon \ddot{e} i \ddot{a} \quad i \delta \ddot{a} \ddot{a} i \epsilon \ddot{a} \delta \ddot{e} \ddot{e}}$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. 27}{\tilde{N} \delta \delta. 41}$
1.6. Коэффициент соотношения тем- пов роста произво- дительности труда и средней заработ- ной платы по ор- ганизации	$\frac{\ddot{O} \ddot{a} i \ddot{r} \quad \delta i \ddot{n} \ddot{o} \ddot{a} \quad i \delta i \epsilon \zeta \ddot{a} i \ddot{a} \epsilon \delta \quad \ddot{a} \ddot{e} \ddot{u} i \ddot{f} i \ddot{n} \ddot{o} \delta \quad \delta \delta \ddot{o} \ddot{a} \ddot{a} \quad \ddot{a} \ddot{n} \ddot{a} \delta \ddot{a} \ddot{a} i \delta i \epsilon \ddot{e} i \ddot{a}}{\ddot{O} \ddot{a} i \ddot{r} \quad \delta i \ddot{n} \ddot{o} \ddot{a} \quad \ddot{n} \ddot{a} \ddot{a} i \ddot{a} \epsilon \zeta \ddot{a} \delta \ddot{a} \ddot{a} i \delta i \ddot{f} \ddot{e} \quad i \epsilon \ddot{a} \delta \ddot{u} \quad i i \quad i \delta \ddot{a} \ddot{a} i \epsilon \ddot{a} \delta \ddot{e} \ddot{e}}$	—



<p>1.7. Итоговый интегральный показатель эффективности использования трудовых ресурсов</p>	$\sqrt{\frac{\begin{matrix} \text{Èòìáíààÿ} \\ \text{ðáíðððððäëüííñðü} \\ \text{òìáá çàððððííé} \\ \text{íèàðü} \end{matrix}}{100}} \times$ $\times \sqrt{\frac{\begin{matrix} \text{Èíÿððèöèáí ò ñííðííðáíé ÿ} \\ \text{ðáíííá ðííððá íðìèçáíáèð äëüíííððè} \\ \text{ððððà è ñðááíáéçàððððííé íèàðü} \end{matrix}}{100}} \times$	$\sqrt{N_{\text{òð. 1.13}}} \times$ $\times \sqrt{N_{\text{òð. 1.2}}} \times$ $\times \sqrt{N_{\text{òð. 1.6}}}$ (данной таблицы)
--	---	---

Продолжение таблицы 7

2.2.1. По товаро-обороту в текущих ценах, тыс. р.	$\frac{\text{Ἰνδίαυέ διααδῖνιάδ ἰδ}}{\text{Ἰδᾱαῖάνῃεῖῃ-ῖᾱῖ ÷ εῖῃεᾱῖῖῃδ ὕ}} \\ \text{δαῖῖδῖεῖῖᾱ ῖνδῖᾱῖε δῖδᾱῖᾱεῖ}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 11}}{\text{Ἰδδ. 44}}$
2.2.2. По товаро-обороту в сопоставимых ценах, тыс. р.	$\frac{\text{Ἰνδίαυέ διααδῖνιάδ ἰδ : Ὅδ}}{\text{Ἰδᾱαῖάνῃεῖῃ-ῖᾱῖ ÷ εῖῃεᾱῖῖῃδ ὕ}} \\ \text{δαῖῖδῖεῖῖᾱ ῖνδῖᾱῖε δῖδᾱῖᾱεῖ}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 11: Ὅδ}}{\text{Ἰδδ. 44}}$
2.2.3. По валовому доходу от реализации, тыс. р.	$\frac{\text{Ἀᾱεῖῖᾱῖε αῖῖῖᾱ ἰδ δᾱᾱεῖζᾱὀεῖε}}{\text{ᾱ ῖνδῖᾱῖε δῖδᾱῖᾱεῖ}} \\ \frac{\text{Ἰδᾱαῖάνῃεῖῃ-ῖᾱῖ ÷ εῖῃεᾱῖῖῃδ ὕ}}{\text{δαῖῖδῖεῖῖᾱ ῖνδῖᾱῖε δῖδᾱῖᾱεῖ}}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 18}}{\text{Ἰδδ. 44}}$
2.2.4. По чистой продукции, тыс. р.	$\frac{\text{×εῖῃδᾱῖ ῖδῖᾱὀεῖῖῖ ῖνδῖᾱῖε δῖδᾱῖᾱεῖ}}{\text{Ἰδᾱαῖάνῃεῖῃ-ῖᾱῖ ÷ εῖῃεᾱῖῖῃδ ὕ}} \\ \text{δαῖῖδῖεῖῖᾱ ῖνδῖᾱῖε δῖδᾱῖᾱεῖ}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 22}}{\text{Ἰδδ. 44}}$
2.2.5. По прибыли, тыс. р.	$\frac{\text{Ἰδεᾱῖῖ ἰδ δᾱᾱεῖζᾱὀεῖᾱ ῖνδῖᾱῖε δῖδᾱῖᾱεῖ}}{\text{Ἰδᾱαῖάνῃεῖῃ-ῖᾱῖ ÷ εῖῃεᾱῖῖῃδ ὕ}} \\ \text{δαῖῖδῖεῖῖᾱ ῖνδῖᾱῖε δῖδᾱῖᾱεῖ}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 4}}{\text{Ἰδδ. 44}}$
2.3. Производительность труда работников общественного питания:		
2.3.1. По товаро-обороту в сложившихся ценах, тыс. р.	$\frac{\text{Ἀᾱεῖῖᾱῖε διααδῖνιάδ ἰδ ῖᾱῖᾱῃδᾱᾱῖῖ ῖᾱῖ ῖεδᾱῖῖῖ}}{\text{Ἰδᾱαῖάνῃεῖῃ-ῖᾱῖ ÷ εῖῃεᾱῖῖῃδ ὕ}} \\ \text{δαῖῖδῖεῖῖᾱ ῖᾱῖᾱῃδᾱᾱῖῖ ῖᾱῖ ῖεδᾱῖῖῖ}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 12}}{\text{Ἰδδ. 45}}$

Продолжение таблицы 7

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 6)
2.3.2. По товаро-обороту в сопоставимых ценах, тыс. р.	$\frac{\text{Ἀᾱεῖῖᾱῖε διααδῖνιάδ ἰδ ῖᾱῖᾱῃδᾱᾱῖῖ ῖᾱῖ ῖεδᾱῖῖῖ : Ὅδ}}{\text{Ἰδᾱαῖάνῃεῖῃ-ῖᾱῖ ÷ εῖῃεᾱῖῖῃδ ὕ}} \\ \text{δαῖῖδῖεῖῖᾱ ῖᾱῖᾱῃδᾱᾱῖῖ ῖᾱῖ ῖεδᾱῖῖῖ}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 12: Ὅδ}}{\text{Ἰδδ. 45}}$
2.3.3. По валовому доходу от реализации, тыс. р.	$\frac{\text{Ἀᾱεῖῖᾱῖε αῖῖῖᾱ ῖᾱῖᾱῃδᾱᾱῖῖ ῖᾱῖ ῖεδᾱῖῖῖ}}{\text{ῃδᾱῖᾱῖᾱῖῃεῖῃ-ῖᾱῖ ÷ εῖῃεᾱῖῖῃδ ὕ}} \\ \text{δαῖῖδῖεῖῖᾱ ῖᾱῖᾱῃδᾱᾱῖῖ ῖᾱῖ ῖεδᾱῖῖῖ}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 19}}{\text{Ἰδδ. 45}}$

[illegible]

Продолжение таблицы 7

[illegible]

2.5.1. По выручке в текущих ценах, тыс. р.	$\frac{\hat{A}\hat{u}\hat{d}\hat{o}:\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{o} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{e}\hat{e}\hat{c}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{e} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{e}\hat{c}\hat{a}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{e} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{o}\hat{e}\hat{e}}{\hat{N}\hat{d}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}:\hat{i}\hat{a}\hat{y} \ \hat{\div} \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \ \hat{u} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{u}\hat{o}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i} \ \hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{e}}$	$\frac{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 14}{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 47}$
2.5.2. По выручке в сопоставимых ценах, тыс. р.	$\frac{\hat{A}\hat{u}\hat{d}\hat{o}:\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{o} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{e}\hat{e}\hat{c}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{e}\hat{c}\hat{a}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{e} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{o}\hat{e}\hat{e} : \hat{O}\hat{o}}{\hat{N}\hat{d}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}:\hat{i}\hat{a}\hat{y} \ \hat{\div} \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \ \hat{u} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{u}\hat{o}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i} \ \hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{e}}$	$\frac{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 14:\hat{O}\hat{o}}{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 47}$
2.5.3. По чистой продукции, тыс. р.	$\frac{\times \hat{e}\hat{n}\hat{o}\hat{a}\hat{y} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{o}\hat{e}\hat{y} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{u}\hat{o}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i} \ \hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{e}}{\hat{N}\hat{d}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}:\hat{i}\hat{a}\hat{y} \ \hat{\div} \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \ \hat{u} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{u}\hat{o}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i} \ \hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{e}}$	$\frac{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 25}{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 47}$
2.5.4. По прибыли, тыс. р.	$\frac{\hat{I}\hat{\delta}\hat{e}\hat{a}\hat{u}\hat{e}\hat{u} \ \hat{i}\hat{o} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{e}\hat{e}\hat{c}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{e}\hat{a} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{e}\hat{c}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{n}\hat{o} \ \hat{a}\hat{a}}{\hat{N}\hat{d}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}:\hat{i}\hat{a}\hat{y} \ \hat{\div} \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \ \hat{u} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{u}\hat{o}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i} \ \hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{e}}$	$\frac{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 7}{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 47}$
2.6. Производительность труда работников других отраслей:		
2.6.1. По выручке в текущих ценах, тыс. р.	$\frac{\hat{A}\hat{u}\hat{d}\hat{o}:\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{o} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{e}\hat{e}\hat{c}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{e} \ \hat{a} \ \hat{a}\hat{\delta}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{\alpha}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{y}\hat{o}}{\hat{N}\hat{d}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}:\hat{i}\hat{a}\hat{y} \ \hat{\div} \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \ \hat{u} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \ \hat{a}\hat{\delta}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{\alpha}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{e}}$	$\frac{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 15}{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 48}$
2.6.2. По выручке в сопоставимых ценах, тыс. р.	$\frac{\hat{A}\hat{u}\hat{d}\hat{o}:\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{o} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{e}\hat{e}\hat{c}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{e} \ \hat{a} \ \hat{a}\hat{\delta}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{\alpha}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{y}\hat{o} : \hat{O}\hat{o}}{\hat{N}\hat{d}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}:\hat{i}\hat{a}\hat{y} \ \hat{\div} \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \ \hat{u} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \ \hat{a}\hat{\delta}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{\alpha}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{e}}$	$\frac{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 15:\hat{O}\hat{o}}{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 48}$

Продолжение таблицы 7

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 6)
2.6.3. По чистой продукции, тыс. р.	$\frac{\times \hat{e}\hat{n}\hat{o}\hat{a}\hat{y} \ \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{o}\hat{e}\hat{y} \ \hat{a}\hat{\delta}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{\alpha}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{e}}{\hat{N}\hat{d}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}:\hat{i}\hat{a}\hat{y} \ \hat{\div} \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \ \hat{u} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \ \hat{a}\hat{\delta}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{\alpha}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{e}}$	$\frac{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 26}{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 48}$
2.6.4. По прибыли, тыс. р.	$\frac{\hat{I}\hat{\delta}\hat{e}\hat{a}\hat{u}\hat{e}\hat{u} \ \hat{i}\hat{o} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{e}\hat{e}\hat{c}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{e}\hat{a} \ \hat{a}\hat{\delta}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{\alpha}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{y}\hat{o}}{\hat{N}\hat{d}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{n}:\hat{i}\hat{a}\hat{y} \ \hat{\div} \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \ \hat{u} \ \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \ \hat{a}\hat{\delta}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{\alpha}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{e}}$	$\frac{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 8}{\hat{N}\hat{o}\hat{\delta}. \ 48}$
<b>3. Показатели уровня, отдачи и рентабельности фонда заработной платы</b>		

<i>отраслей (видов) деятельности</i>		
3.1. Уровень фонда заработной платы работников:		
3.1.1. Розничной торговли, %	$\frac{\hat{\theta} \iota \acute{\iota} \alpha \ \varsigma \alpha \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \iota \acute{\alpha} \ \acute{\iota} \epsilon \alpha \delta \acute{\alpha} \ \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \epsilon \iota \acute{\alpha} \ \delta \iota \varsigma \iota \acute{\epsilon} - \iota \acute{\iota} \acute{\epsilon} \ \delta \iota \delta \acute{\alpha} \iota \acute{\alpha} \acute{\epsilon} \acute{\epsilon}}{\acute{\Delta} \iota \varsigma \iota \acute{\epsilon} - \iota \acute{\iota} \acute{\epsilon} \ \delta \iota \alpha \alpha \delta \iota \iota \acute{\alpha} \iota \delta \ \iota \delta} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. \ 28}{\tilde{N} \delta \delta. \ 10} \cdot 100$
3.1.2. Оптовой торговли, %	$\frac{\hat{\theta} \iota \acute{\iota} \alpha \ \varsigma \alpha \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \iota \acute{\alpha} \ \acute{\iota} \epsilon \alpha \delta \acute{\alpha} \ \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \epsilon \iota \acute{\alpha} \ \acute{\iota} \iota \delta \iota \acute{\alpha} \iota \acute{\epsilon} \ \delta \iota \delta \acute{\alpha} \iota \acute{\alpha} \acute{\epsilon} \acute{\epsilon}}{\acute{\iota} \iota \delta \iota \acute{\alpha} \iota \acute{\epsilon} \ \delta \iota \alpha \alpha \delta \iota \iota \acute{\alpha} \iota \delta \ \iota \delta} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. \ 29}{\tilde{N} \delta \delta. \ 11} \cdot 100$
3.1.3. Общественного питания, %	$\frac{\hat{\theta} \iota \acute{\iota} \alpha \ \varsigma \alpha \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \iota \acute{\alpha} \ \acute{\iota} \epsilon \alpha \delta \acute{\alpha} \ \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \epsilon \iota \acute{\alpha} \ \acute{\iota} \alpha \acute{\iota} \ \acute{\iota} \epsilon \delta \alpha \acute{\iota} \acute{\epsilon} \gamma}{\acute{\Delta} \iota \alpha \alpha \delta \iota \iota \acute{\alpha} \iota \delta \ \iota \delta \ \acute{\iota} \alpha \iota \alpha \pi \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \acute{\iota} \ \acute{\iota} \alpha \acute{\iota} \ \acute{\iota} \epsilon \delta \alpha \acute{\iota} \acute{\epsilon} \gamma} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. \ 30}{\tilde{N} \delta \delta. \ 12} \cdot 100$
3.1.4. Заготовительной отрасли, %	$\frac{\hat{\theta} \iota \acute{\iota} \alpha \ \varsigma \alpha \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \iota \acute{\alpha} \ \acute{\iota} \epsilon \alpha \delta \acute{\alpha} \ \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \epsilon \iota \acute{\alpha} \ \varsigma \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\alpha} \acute{\epsilon} \delta \alpha \ \acute{\epsilon} \upsilon \acute{\iota} \acute{\iota} \acute{\epsilon} \ \iota \delta \delta \alpha \pi \acute{\epsilon} \acute{\epsilon}}{\acute{\iota} \alpha \iota \delta \iota \delta \ \acute{\iota} \ \delta \alpha \alpha \acute{\epsilon} \acute{\epsilon} \varsigma \alpha \delta \acute{\epsilon} \acute{\epsilon} \ \acute{\alpha} \ \varsigma \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\alpha} \acute{\epsilon} \delta \alpha \ \acute{\epsilon} \upsilon \acute{\iota} \acute{\iota} \acute{\epsilon} \ \iota \delta \delta \alpha \pi \acute{\epsilon} \acute{\epsilon}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. \ 31}{\tilde{N} \delta \delta. \ 13} \cdot 100$
3.1.5. Промышленности, %	$\frac{\hat{\theta} \iota \acute{\iota} \alpha \ \varsigma \alpha \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \iota \acute{\alpha} \ \acute{\iota} \epsilon \alpha \delta \acute{\alpha} \ \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \epsilon \iota \acute{\alpha} \ \iota \delta \iota \iota \upsilon \phi \acute{\epsilon} \acute{\alpha} \iota \acute{\iota} \ \acute{\iota} \pi \delta \acute{\epsilon}}{\acute{\acute{\alpha}} \upsilon \delta \acute{\omicron} - \acute{\epsilon} \alpha \iota \delta \ \delta \alpha \alpha \acute{\epsilon} \acute{\epsilon} \varsigma \alpha \delta \acute{\epsilon} \acute{\epsilon} \ \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \varsigma \alpha \acute{\alpha} \acute{\alpha} \iota \acute{\iota} \acute{\epsilon} \ \iota \delta \iota \acute{\alpha} \delta \acute{\omicron} \acute{\epsilon} \acute{\epsilon}} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. \ 32}{\tilde{N} \delta \delta. \ 14} \cdot 100$
3.1.6. Других отраслей, %	$\frac{\hat{\theta} \iota \acute{\iota} \alpha \ \varsigma \alpha \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \iota \acute{\alpha} \ \acute{\iota} \epsilon \alpha \delta \acute{\alpha} \ \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \epsilon \iota \acute{\alpha} \ \acute{\alpha} \delta \acute{\omicron} \acute{\alpha} \acute{\epsilon} \acute{\alpha} \delta \delta \alpha \pi \acute{\epsilon} \acute{\alpha} \acute{\epsilon}}{\acute{\acute{\alpha}} \upsilon \delta \acute{\omicron} - \acute{\epsilon} \alpha \iota \delta \ \delta \alpha \alpha \acute{\epsilon} \acute{\epsilon} \varsigma \alpha \delta \acute{\epsilon} \acute{\epsilon} \ \acute{\alpha} \ \acute{\alpha} \delta \acute{\omicron} \acute{\alpha} \acute{\epsilon} \acute{\alpha} \delta \delta \alpha \pi \acute{\epsilon} \acute{\epsilon} \gamma \delta} \cdot 100$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. \ 33}{\tilde{N} \delta \delta. \ 15} \cdot 100$

Продолжение таблицы 7

Показатели	Формула	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 6)
3.2. Отдача фонда заработной платы:		
3.2.1. Розничной торговли, р.	$\frac{\acute{\Delta} \iota \varsigma \iota \acute{\epsilon} - \iota \acute{\iota} \acute{\epsilon} \ \delta \iota \alpha \alpha \delta \iota \iota \acute{\alpha} \iota \delta \ \iota \delta}{\hat{\theta} \iota \acute{\iota} \alpha \ \varsigma \alpha \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \iota \acute{\alpha} \ \acute{\iota} \epsilon \alpha \delta \acute{\alpha} \ \delta \alpha \acute{\alpha} \iota \delta \iota \acute{\epsilon} \epsilon \iota \acute{\alpha} \ \delta \iota \varsigma \iota \acute{\epsilon} - \iota \acute{\iota} \acute{\epsilon} \ \delta \iota \delta \acute{\alpha} \iota \acute{\alpha} \acute{\epsilon} \acute{\epsilon}}$	$\frac{\tilde{N} \delta \delta. \ 10}{\tilde{N} \delta \delta. \ 28}$

3.2.2. Оптовой торговли, р.	$\frac{\text{Ἰνδίαῦ ἐὰν δὴ ἀσπῖναιδὶς ἰὸ Ὀρίᾱ καὶ ἀσπῖναιδὶς ἰεῶδῶν δααίσιδῆεῖᾱ ἰνδίαῖ ἐιδῖαῖᾱ}}{\text{Ὀρίᾱ καὶ ἀσπῖναιδὶς ἰεῶδῶν δααίσιδῆεῖᾱ ἰνδίαῖ ἐιδῖαῖᾱ}}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 29}}{\text{Ἰδδ. 11}}$
3.2.3. Общественно-го питания, р.	$\frac{\text{Ὀρίᾱ δὴ ἰνδίαῖ ἰὸ ἰαῦᾱπῶδᾱῖ ἰᾱῖ ἰεῶδᾱῖ}}{\text{Ὀρίᾱ καὶ ἀσπῖναιδὶς ἰεῶδῶν δααίσιδῆεῖᾱ ἰαῦᾱπῶδᾱῖ ἰᾱῖ ἰεῶδᾱῖ}}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 30}}{\text{Ἰδδ. 12}}$
3.2.4. Заготовитель-ной отрасли, р.	$\frac{\text{Ἰᾱῖδῖδ ἰῖ δᾱᾱῆῆῆῆδῆ ᾱ καὶ ἰνδίαῖδῶ ἔῦῖῖ ἰδδᾱῖῆ}}{\text{Ὀρίᾱ καὶ ἀσπῖναιδὶς ἰεῶδῶν δααίσιδῆεῖᾱ καὶ ἰνδίαῖδῶ ἔῦῖῖ ἰδδᾱῖῆ}}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 31}}{\text{Ἰδδ. 13}}$
3.2.5. Промышлен-ности, р.	$\frac{\text{Ἀῦδῶ-ῆᾱῖδ δᾱᾱῆῆῆῆδῆ ἰδῖῆῆῆῆῆῆῆ ἰδῖᾱῖδῆδῆ}}{\text{Ὀρίᾱ καὶ ἀσπῖναιδὶς ἰεῶδῶν δααίσιδῆεῖᾱ ἰδῖῖῖῆῆῆῆ ἰῖδῆ}}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 14}}{\text{Ἰδδ. 32}}$
3.2.6. Других отрас-лей, р.	$\frac{\text{Ἀῦδῶ-ῆᾱῖδ δᾱᾱῆῆῆῆδῆ ᾱ ᾱδῶῆῆῆῆδᾱῖῆ}}{\text{Ὀρίᾱ καὶ ἀσπῖναιδὶς ἰεῶδῶν δααίσιδῆεῖᾱ ᾱδῶῆῆῆῆδᾱῖῆ}}$	$\frac{\text{Ἰδδ. 15}}{\text{Ἰδδ. 33}}$
3.3. Рентабельность фонда заработной платы работников:		
3.3.1. Розничной торговли, %	$\frac{\text{Ἰδῆᾱῖῆ ἰδ δᾱᾱῆῆῆῆδῆ ᾱ δῖῆῆῆ-ῖῖ ἐιδῖᾱῖᾱ}}{\text{Ὀρίᾱ καὶ ἀσπῖναιδὶς ἰεῶδῶν δααίσιδῆεῖᾱ δῖῆῆῆ-ῖῖ ἐιδῖᾱῖᾱ}} \cdot 100$	$\frac{\text{Ἰδδ. 3}}{\text{Ἰδδ. 28}}$
3.3.2. Оптовой тор-говли, %	$\frac{\text{Ἰδῆᾱῖῆ ἰδ δᾱᾱῆῆῆῆδῆ ᾱ ἰνδίαῖ ἐιδῖᾱῖᾱ}}{\text{Ὀρίᾱ καὶ ἀσπῖναιδὶς ἰεῶδῶν δααίσιδῆεῖᾱ ἰνδίαῖ ἐιδῖᾱῖᾱ}} \cdot 100$	$\frac{\text{Ἰδδ. 4}}{\text{Ἰδδ. 29}} \cdot 100$

Продолжение таблицы 7

Показатели	Формула	Алгоритм рас-чета (строки указаны из таблицы 6)
3.3.3. Общественно-го питания, %	$\frac{\text{Ἰδῆᾱῖῆ ἰδ δᾱᾱῆῆῆῆδῆ ᾱ ἰαῦᾱπῶδᾱῖ ἰῖ ἰεῶδᾱῖ}}{\text{Ὀρίᾱ καὶ ἀσπῖναιδὶς ἰεῶδῶν δααίσιδῆεῖᾱ ἰαῦᾱπῶδᾱῖ ἰῖ ἰεῶδᾱῖ}} \cdot 100$	$\frac{\text{Ἰδδ. 5}}{\text{Ἰδδ. 30}} \cdot 100$

3.3.4. Заготовитель- ной отрасли, %	$\frac{\text{Ἰδεαῖνῦ ἰὸ δαὰεῖςὰὐεῖ} \\ \text{ἀ ζὰαἰὶδὶὰεὸἀ εὔῖτῖε ἰὸδὰñῇ} \\ \text{Ὀῖῖᾱ ζὰδὰαἰὶδὶῖε ῖεὰδὴ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ ζὰαἰὶδὶὰεὸἀ εὔῖτῖε ἰὸδὰñῇ}}{.100}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 6}{\tilde{N}\delta\delta. 31} \cdot 100$
3.3.5. Промышлен- ности, %	$\frac{\text{Ἰδεαῖνῦ ἰὸ δαὰεῖςὰὐεῖ} \\ \text{ἀ ἰδῖῖῖφῇᾱῖ ἱñδῇ} \\ \text{Ὀῖῖᾱ ζὰδὰαἰὶδὶῖε ῖεὰδὴ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ ἰδῖῖῖφῇᾱῖ ἱñδῇ}}{.100}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 7}{\tilde{N}\delta\delta. 32} \cdot 100$
3.3.6. Других отрас- лей, %	$\frac{\text{Ἰδεαῖνῦ ἰὸ δαὰεῖςὰὐεῖ} \\ \text{ἀ ἰδὸἀεῖςὰδὰδὰñῇῖ} \\ \text{Ὀῖῖᾱ ζὰδὰαἰὶδὶῖε ῖεὰδὴ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ ἰδὸἀεῖςὰδὰδὰñῇῖ}}{.100}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 8}{\tilde{N}\delta\delta. 33} \cdot 100$

**4. Показатели средней заработной платы и соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы работников**

4.1. Средняя зара- ботная плата работ- ников:		
4.1.1. Розничной торговли, тыс. р.	$\frac{\text{Ὀῖῖᾱ ζὰδὰαἰὶδὶῖε ῖεὰδὴ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ διςῖε-ῖῖε διδὰἰᾱεῖ} \\ \text{Ἰδὰαἰᾱñῇῖ-ῖᾱῖ ÷ εñῇᾱῖῖñδ ἰ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ διςῖε-ῖῖε διδὰἰᾱεῖ}}{.100}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 28}{\tilde{N}\delta\delta. 43}$
4.1.2. Оптовой тор- говли, тыс. р.	$\frac{\text{Ὀῖῖᾱ ζὰδὰαἰὶδὶῖε ῖεὰδὴ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ ῖῖδᾱῖῖε διδὰἰᾱεῖ} \\ \text{Ἰδὰαἰᾱñῇῖ-ῖᾱῖ ÷ εñῇᾱῖῖñδ ἰ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ ῖῖδᾱῖῖε διδὰἰᾱεῖ}}{.100}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 29}{\tilde{N}\delta\delta. 44}$
4.1.3. Общественно- го питания, тыс. р.	$\frac{\text{Ὀῖῖᾱ ζὰδὰαἰὶδὶῖε ῖεὰδὴ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ ἰᾱῖᾱñδᾱῖῖ ἰᾱῖ ῖεὸδᾱῖῖ} \\ \text{Ἰδὰαἰᾱñῇῖ-ῖᾱῖ ÷ εñῇᾱῖῖñδ ἰ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ ἰᾱῖᾱñδᾱῖῖ ἰᾱῖ ῖεὸδᾱῖῖ}}{.100}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 30}{\tilde{N}\delta\delta. 45}$

Продолжение таблицы 7

Показатели	Формула	Алгоритм рас- чета (строки указаны из таблицы 6)
4.1.4. Заготовитель- ной отрасли, тыс. р.	$\frac{\text{Ὀῖῖᾱ ζὰδὰαἰὶδὶῖε ῖεὰδὴ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ ζὰαἰὶδὶὰεὸἀ εὔῖτῖε ἰὸδὰñῇ} \\ \text{Ἰδὰαἰᾱñῇῖ-ῖᾱῖ ÷ εñῇᾱῖῖñδ ἰ} \\ \text{δὰαἰὶδὶεῖᾱ ζὰαἰὶδὶὰεὸἀ εὔῖτῖε ἰὸδὰñῇ}}{.100}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 31}{\tilde{N}\delta\delta. 46}$





показатели эффективности использования трудовых ресурсов:		
4.3.1. Розничной торговли	$\sqrt{\tilde{N}_{\partial\partial. 2.2.1} \cdot \frac{\tilde{N}_{\partial\partial. 3.3.2}}{100} \cdot \tilde{N}_{\partial\partial. 4.2.2}}$ <p>(данной таблицы)</p>	—
4.3.2. Оптовой торговли	$\sqrt{\tilde{N}_{\partial\partial. 2.3.1} \cdot \frac{\tilde{N}_{\partial\partial. 3.3.3}}{100} \cdot \tilde{N}_{\partial\partial. 4.2.3}}$ <p>(данной таблицы)</p>	—
4.3.3. Общественного питания	$\sqrt{\tilde{N}_{\partial\partial. 2.4.1} \cdot \frac{\tilde{N}_{\partial\partial. 3.3.4}}{100} \cdot \tilde{N}_{\partial\partial. 4.2.4}}$ <p>(данной таблицы)</p>	—
4.3.4. Заготовительной отрасли	$\sqrt{\tilde{N}_{\partial\partial. 2.5.1} \cdot \frac{\tilde{N}_{\partial\partial. 3.3.5}}{100} \cdot \tilde{N}_{\partial\partial. 4.2.5}}$ <p>(данной таблицы)</p>	—
4.3.5. Промышленности	$\sqrt{\tilde{N}_{\partial\partial. 2.6.1} \cdot \frac{\tilde{N}_{\partial\partial. 3.3.6}}{100} \cdot \tilde{N}_{\partial\partial. 4.2.6}}$ <p>(данной таблицы)</p>	—
4.3.6. Других отраслей	$\sqrt{\tilde{N}_{\partial\partial. 2.4.1} \cdot \frac{\tilde{N}_{\partial\partial. 3.3.4}}{100} \cdot \tilde{N}_{\partial\partial. 4.2.4}}$ <p>(данной таблицы)</p>	—
Примечание — $U_{\partial}$ — индекс потребительских цен и тарифов по соответствующей отрасли и виду деятельности (розничная торговля, оптовая торговля, общественное питание, производство, услуги и пр.).		

Анализ показателей эффективности использования трудовых ресурсов организации необходимо проводить в динамике за ряд лет, а также в сравнении со среднерыночными (отраслевыми) показателями.

Критериальным (основным) показателем эффективности использования трудовых ресурсов является их отдача, т. е. производительность труда, отражающая выработку в единицу времени. Обобщающие показатели производительности труда отражают выработку в целом по организации всех работников, аппарата управления и специалистов и торгово-оперативного персонала. Для их расчета предлагается исполь-

зование показателя «валовая выручка», который является стоимостным выражением всех доходов организации. Отраслевые показатели производительности труда определяются через соответствующий оборот (выручку), чистую продукцию (валовую добавленную стоимость) и прибыль от реализации. Рост показателей производительности труда говорит о росте экономической эффективности использования трудовых ресурсов. Не менее важен в этой системе показатель рентабельности фонда заработной платы, отражающий насколько прибыльно используются средства (инвестиции), вложенные в трудовые ресурсы.

При оценке эффективности использования трудовых ресурсов необходимо проверить соблюдение экономически обоснованных пропорций между обобщающими показателями эффективности труда, а также между отраслевыми показателями использования трудовых ресурсов.

Для этого используются следующие соотношения темпов роста обобщающих показателей эффективности:

$$\dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{\dot{w}\dot{a}}} > \dot{O}_{\dot{C}\dot{I}_{\dot{w}\dot{a}}} ;$$

$$\dot{O}_{\dot{A}\dot{A}} > \dot{O}_{\dot{O}\dot{C}\dot{I}_{\dot{w}\dot{a}}} ,$$

где  $\dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{\dot{w}\dot{a}}}$  – темп роста производительности труда всех работников организации, %;

$\dot{O}_{\dot{C}\dot{I}_{\dot{w}\dot{a}}}$  – темп роста средней заработной платы по организации, %;

$T_{BB}$  – темп роста совокупных доходов (валовой выручки), %;

$\dot{O}_{\dot{O}\dot{C}\dot{I}_{\dot{w}\dot{a}}}$  – темп роста фонда заработной платы по организации, %.

Кроме этого, для глубины анализа, целесообразно использовать рациональные соотношения темпов роста отраслевых показателей эффективности использования трудовых ресурсов.

Для отраслей сферы товарного обращения используется соотношение

$$\dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{\dot{\pi}}} > \dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{\dot{A}\dot{A}}} > \dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{\dot{\pi}\dot{I}}} > \dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{\dot{O}}} > \dot{O}_{\dot{C}\dot{I}_{\dot{w}\dot{a}}} .$$

где  $\dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{\dot{\pi}}}$  – темп роста производительности труда по прибыли, %;

$\dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{AA}}$  – темп роста производительности труда по валовому доходу от реализации, %;

$\dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{\times I}}$  – темп роста производительности труда по чистой продукции (валовой добавленной стоимости), %;

$\dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{\partial}}$  – темп роста производительности труда по товарообороту (обороту) соответствующей отрасли (торговля, общепит, заготовки), %;

$\dot{O}_{\dot{C}\dot{I}_{\dot{I}\dot{O}_{\partial}}}$  – темп роста средней заработной платы по отрасли, %.

Для отраслей сферы производства используется следующее отношение:

$$\dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_I} > \dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_{\times I}} > \dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_A} > \dot{O}_{\dot{C}\dot{I}_{\dot{I}\dot{O}_{\partial}}} ,$$

где  $\dot{O}_{\dot{I}\dot{O}_A}$  – темп роста производительности труда по выручке от реализации, %.

### 4.3. Оплата труда работников торговых организаций

#### 4.3.1. Понятие заработной платы, ее принципы и виды

Согласно Трудовому кодексу Республики Беларусь, *заработная плата* представляет собой вознаграждение за труд, которое наниматель обязан выплатить работнику за выполненную работу в зависимости от ее сложности, количества, качества, условий труда и квалификации работника с учетом фактически отработанного времени, а также за периоды, включенные в рабочее время.

Материальное стимулирование работников является одним из важнейших элементов экономического механизма работы организаций, в том числе и торговых, поэтому *принципами оплаты труда* являются следующие:

- равная оплата за труд равной сложности;
- обеспечение воспроизводства рабочей силы и создание условий для роста индивидуальной заработной платы за счет усилий и инициативы работника;

- дифференциация оплаты труда с учетом его сложности, характера и содержания в зависимости от категории работника;
- гарантия общих нормальных условий труда, его режима, отдыха и объема;
- обеспечение роста заработной платы при снижении ее уровня к объему деятельности и повышение гарантий выплат;
- обеспечение опережающих темпов роста производительности труда по сравнению с ростом средней заработной платы.

Как экономическая категория заработная плата выполняет двойную роль:

- является главным источником доходов работника;
- является средством материального стимулирования роста эффективности работы организации.

Классификация заработной платы представлена на рисунке 18.

*Номинальная* заработная плата – это сумма денег, начисленная и полученная работником за свой труд за определенное время.

*Реальная* заработная плата – это количество товаров и услуг, которые можно приобрести за номинальную заработную плату при данном уровне цен. Она определяется следующим образом:

$$\frac{\dot{I} \dot{m} \dot{e} \dot{t} \dot{a} \dot{e} \dot{u} \dot{t} \dot{a} \quad \dot{y} \quad \dot{\zeta} \dot{a} \dot{\delta} \dot{a} \dot{a} \dot{i} \dot{o} \dot{l} \dot{a} \dot{y} \quad \dot{i} \dot{e} \dot{a} \dot{o} \dot{a} \quad \dot{\zeta} \dot{a} \dot{i} \dot{a} \dot{\delta} \dot{e} \dot{i} \dot{u}}{\dot{E} \dot{i} \dot{t} \dot{a} \dot{a} \dot{e} \dot{n} \quad \dot{i} \dot{o} \dot{\delta} \dot{a} \dot{a} \dot{e} \dot{o} \dot{a} \dot{e} \quad \dot{u} \dot{n} \dot{e} \dot{e} \dot{o} \dot{o} \dot{a} \dot{i} \quad \dot{\zeta} \dot{a} \dot{i} \dot{a} \dot{\delta} \dot{e} \dot{i} \dot{u}} .$$

Наиболее высокий уровень заработной платы в Республике Беларусь наблюдается в деятельности, связанной с вычислительной техникой, в воздушном транспорте, в производстве кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов, финансовом посредничестве. Наиболее низкий уровень в сфере социальных услуг, сельском хозяйстве и образовании.

Признак классификации	Виды заработной платы
Покупательная способность	Номинальная. Реальная
Форма выплаты	Денежная. Натуральная (с согласия работника). Смешанная

Порядок начисления и выплаты		Причитающаяся (начисленная). Располагаемая (выплаченная)
Состав		Основная (тарифная). Дополнительная (надтарифная)
В расчете на одного работника		Средняя по экономике. Средняя по региону. Средняя по отрасли (виду деятельности). Средняя по организации. Средняя по профессии (специальности). Средняя по периоду (часовая, дневная, месячная, годовая)

Рисунок 18 – Классификация заработной платы

Выплата заработной платы производится в денежной, натуральной и смешанной формах в дни, установленные коллективным договором, но не реже 2 раз в месяц.

Кроме этого, заработная плата может быть причитающейся (начисленной) и располагаемой (реально полученной).

Из причитающейся заработной платы вычитается:

- подоходный налог (с 2015 г. – 13%);
- отчисления в пенсионный фонд (1%);
- другие отчисления и вычеты (исполнительные листы и др.).

Наиболее распространенный показатель в экономике – *средняя заработная плата*, которая может определяться в целом по экономике, по отдельным отраслям и видам деятельности, периодам, конкретным организациям, профессиям за различные периоды времени.

#### **4.3.2. Государственное регулирование оплаты труда в Республике Беларусь**

Государственное регулирование оплаты труда осуществляется Конституцией Республики Беларусь, Трудовым кодексом и рядом других нормативных правовых актов. Рычагами (инструментами) государственного регулирования оплаты труда являются:

- минимальная заработная плата;

- минимальный потребительский бюджет;
- бюджет прожиточного минимума;
- индексация заработной платы;
- тарифная система и другие элементы.

Когда государство само выступает в роли нанимателя (работодателя), оно осуществляет *прямое* регулирование заработной платы. Условия труда при этом определяются нормативными актами для работников бюджетных отраслей, работников органов государственного управления, руководителей государственных организаций, с которыми заключены трудовые контракты.

Косвенное государственное регулирование заработной платы проявляется в ее налогообложении.

*Минимальная заработная плата* (МЗП) – это норматив, определяющий минимально допустимый уровень денежных или (и) натуральных выплат работнику нанимателем за выполненную для него работу.

В соответствии с Конвенцией международной организации труда «Об установлении минимальной заработной платы» при установлении минимальной заработной платы государство должно учитывать:

- потребности трудящихся и их семей, принимая во внимание уровень средней заработной платы в стране;
- стоимость жизни;
- социальные пособия и сравнительный уровень жизни других социальных групп;
- экономические соображения, включая требования экономического развития;
- уровень производительности и желательности достижения и поддержания высокого уровня занятости.

В соответствии со статьей 59 Трудового кодекса Республики Беларусь, минимальная заработная плата (месячная и часовая) – государственный минимальный социальный стандарт в области оплаты труда, который наниматель обязан применять в качестве низшей границы оплаты труда работников за работу в нормальных условиях в течение нормальной продолжительности рабочего времени при выполнении обязанностей работника, вытекающих из законодательства, локальных нормативных правовых актов и трудового договора.

Согласно статье 86 Трудового Кодекса, нормы труда – нормы выработки, времени, обслуживания, численности, нормированные задания – устанавливаются для работников в соответствии с достигнутым уровнем техники, технологии, организации производства и труда, а

для отдельных категорий работников – также с учетом физиологических и половозрастных факторов. В условиях коллективных форм организации и оплаты труда могут применяться также укрупненные и комплексные нормы.

Следовательно, при невыполнении норм труда выплаты, производимые нанимателем, могут быть и ниже минимальной заработной платы.

В соответствии с Письмом Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 14 мая 2011 г. № 03-03-14/2251П «О порядке определения размера доплаты до минимальной заработной платы», если размер начисленной заработной платы окажется ниже размера минимальной зарплаты, действующего в период, за который производится начисление заработной платы, то наниматель обязан произвести доплату до ее соответствующего размера. При этом доплата до минимальной зарплаты производится нанимателем ежемесячно.

Доплата до минимальной зарплаты не производится, если в расчетном периоде работник не выполнил установленные нанимателем месячные или часовые нормы труда, в том числе без уважительной причины не отработал установленную норму рабочего времени (прогул, брак по вине работника и т. д.).

В составе начисленной работнику заработной платы за расчетный период, применяемой для определения размера доплаты до минимальной зарплаты, не учитывается заработная плата, начисленная при невыполнении норм выработки, браке и простое не по вине работника.

Размер месячной минимальной заработной платы устанавливается Советом Министров Республики Беларусь ежегодно с 1 января.

*Минимальный потребительский бюджет (МПБ)* – денежная оценка минимальных благ и услуг, обеспечивающих нормальное воспроизводство рабочей силы работающих и нормальную жизнедеятельность нетрудоспособных членов общества. МПБ рассчитывается на основе потребительской корзины.

*Потребительская корзина* – научно обоснованный, сбалансированный набор товаров и услуг, который удовлетворяет конкретные функциональные потребности человека в определенные отрезки времени, исходя из конкретных условий и особенностей, сложившихся в Республике Беларусь.

Структура потребительской корзины:

- расходы на питание;
- одежда, белье и обувь;

- лекарства, предметы санитарии и гигиены;
- мебель, предметы культурно-бытового назначения;
- жилье, коммунальные услуги;
- культурно-просветительные мероприятия, отдых;
- бытовые услуги, транспорт, связь;
- содержание детей в дошкольном учреждении;
- обязательные платежи, взносы.

МПБ пересматривается один раз в три месяца Министерством труда и социальной защиты Республики Беларусь.

МПБ применяется для прогнозирования изменений уровня жизни населения, усиления социальной поддержки нуждающихся граждан, формирования системы народнохозяйственных пропорций и приоритетов, обеспечивающих поэтапное приближение потребления граждан к научно обоснованному уровню.

Кроме того, среднедушевой минимальный потребительский бюджет для семьи из четырех человек служит основой для определения права граждан на получение льготных кредитов и субсидий на строительство (реконструкцию) или приобретение жилых помещений.

*Бюджет прожиточного минимума (БПМ)* – стоимостная величина прожиточного минимума, а также обязательные платежи и взносы. *Прожиточный минимум* – набор материальных благ и услуг, необходимых для обеспечения жизнедеятельности человека и сохранности его здоровья.

БПМ рассчитывается в среднем на душу населения и по основным социально-демографическим группам и ежеквартально утверждается постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь.

Бюджет прожиточного минимума как социальный норматив используется для анализа и прогнозирования уровня жизни населения; оказания государственной адресной социальной помощи малообеспеченным гражданам (семьям); обоснования минимальных государственных социально-трудовых гарантий.

Бюджет прожиточного минимума в соответствии с законодательством применяется при определении размеров минимальных трудовых и социальных пенсий; надбавок, повышений к пенсиям и доплат людям старших возрастов; некоторых видов пособий и др. Он служит нормативом индексации доходов населения, выступает в качестве критерия нуждаемости при определении права граждан на государственную адресную социальную помощь в виде ежемесячного социального пособия и обеспечения продуктами питания детей первых двух



лет жизни. Кроме того, бюджет прожиточного минимума применяется для исчисления других выплат и служит критерием оценки при определении права граждан на некоторые виды социальной поддержки.

В связи с инфляцией, вызванной ростом потребительских цен, производится индексация заработной платы на величину индекса потребительских цен.

*Индексация заработной платы* – метод компенсации уменьшения реальных доходов граждан в случае повышения цен, приводящего к снижению уровня жизни. Индексация заработной платы в Республики Беларусь производится в пределах 100% БПМ на душу населения в том случае, если индекс цен нарастающим итогом с начала года превысит 5%.

#### ***4.3.3. Тарифная система оплаты труда***

С 1 июня 2011 г. вступил в силу Указ Президента Республики Беларусь № 181 «О некоторых мерах по совершенствованию госрегулирования в области оплаты труда», согласно которому коммерческим организациям и индивидуальным предпринимателям предоставлено право самостоятельно принимать решение о выборе форм и систем оплаты труда. Таким образом, для коммерческих организаций единая тарифная сетка стала носить рекомендательный характер.

До 1 июня 2011 г. обязательную основу оплаты труда организаций всех правовых форм Республики Беларусь составляла тарифная система. В настоящее время тарифную систему использует около 70% организаций реального сектора экономики.

Тарифная система представляет собой совокупность нормативных актов, при помощи которых осуществляется дифференциация и регулирование размеров заработной платы различных групп и категорий работников в зависимости от тяжести, сложности, интенсивности труда и уровня квалификации работника.

Тарифная система включает следующие элементы:

1. *Единая тарифная сетка* введена с 1 марта 1992 г. и до настоящего времени пересматривалась более 10 раз. Действующая Единая тарифная сетка (ЕТС) утверждена постановлением Министерства труда Республики Беларусь от 23 марта 2001 г. № 21.

Для организаций бюджетной сферы она носит обязательный характер, для коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей – рекомендательный характер.

Единая тарифная сетка содержит 27 тарифных разрядов, каждому из которых соответствует коэффициент от 1 до 7,84.

Принципы построения ЕТС:

- Охват работников организаций Республики Беларусь, использующих ЕТС. Отнесение к категории «рабочие» осуществляется в соответствии с Единым тарифно-квалификационным справочником работ и профессий рабочих, к категории «служащие» – на основании Единого квалификационного справочника должностей служащих.

- Тарификация профессий рабочих и должностей служащих по принципу сложности выполняемых работ и функций. Установление конкретных разрядов производится нанимателем самостоятельно в пределах диапазона по строкам ЕТС.

Для рабочих принято 8 тарифных разрядов (с 1 по 8), для служащих – 15 (с 5 по 20), для руководителей организаций – 12 разрядов (с 16 по 27). Постановлением Правления Белкоопсоюза № 357 от 30 сентября 2011 г. «Об оплате труда работников организаций потребительской кооперации» с 1 декабря 2011 г. введена ЕТС работников потребительской кооперации, также состоящая из 27 разрядов с соответствующими им коэффициентами от 2,4 до 9,9.

2. *Тарифная ставка первого разряда* устанавливается правительством Республики Беларусь для работников организаций, финансируемых из бюджета и иных организаций, которые по оплате труда приравнены к бюджетным.

Коммерческие организации тарифную ставку первого разряда устанавливают самостоятельно, исходя из своих финансовых возможностей и эффективности хозяйствования.

Обязательным условием для повышения тарифной ставки первого разряда в этих организациях является отсутствие просроченной задолженности по заработной плате, платежам в бюджет и ФСЗН, отсутствие просроченной кредиторской задолженности, опережение темпов роста производительности труда над темпами роста средней заработной платы.

Ставка первого разряда в коммерческих организациях государственной формы собственности и с долей собственности государства в их имуществе, не может превышать базового предельного норматива первого разряда с учетом повышающих коэффициентов в зависимости от основного вида экономической деятельности организации (постановление Совета Министров Республики Беларусь № 1651 от 27 декабря 2004 г. с изменениями и дополнениями от 31 декабря 2015 г. № 1126). *Базовый предельный норматив* равен бюджету про-

житочного минимума для трудоспособного населения. Отраслевые повышающие коэффициенты установлены в размерах от 1,1 до 1,5.

3. *Оклады и тарифные ставки.* Должностные оклады служащих и тарифные ставки рабочих определяются нанимателем и отражаются в локальных нормативных правовых актах (коллективный договор, трудовой договор, контракт и др.). Они могут определяться на основании ЕТС, тарифной сетки, разработанной в организациях, или устанавливаться в фиксированных суммах (в процентах от выручки, в процентах от объема внешнеэкономической сделки, в условных единицах и др.), согласно Рекомендациям по определению тарифных ставок (окладов) работников коммерческих организаций и о порядке их повышения, утвержденным постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 11 июля 2011 г. № 67.

Согласно вышеуказанному постановлению, наниматель имеет право повышать тарифные ставки и тарифные оклады работников до 300%, формируя тем самым должностной оклад служащего или тарифную ставку рабочего.

Размеры повышения окладов должны отражаться в локальных нормативных правовых актах по конкретным должностям и за конкретные критерии (характер и специфика труда, высокий уровень ответственности, непрерывный стаж работы в отрасли и др.).

Тарифный оклад и коэффициент руководителю устанавливается по решению собственника в зависимости от списочной численности работников.

Тарифный разряд первого заместителя руководителя устанавливается на один разряд ниже тарифного разряда руководителя.

4. *Квалификационные справочники рабочих и служащих.* Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих (ЕТКС) как элемент тарифной системы представляет собой комплект сборников нормативных документов, содержащих квалификационные характеристики работ и профессий, сгруппированные в разделы по видам работ в различных отраслях экономики, и требования, предъявляемые к рабочим.

В справочниках по отраслям для каждого вида работ выделяется три раздела:

- раздел «Характеристика работ» – информация о том, что рабочий должен уметь делать;
- раздел «Должен знать», в котором приведены квалификационные требования к работам и рабочим;

- раздел «Примеры работ», в котором отражены виды работ, предназначенные к выполнению работником данной квалификации.

Согласно ЕТКС, все работы относятся к определенному разряду от 1-го до 6-го (до 7-го – в электроэнергетике, до 8-го – в черной металлургии и машиностроении). С помощью аттестационной комиссии проводится тарификация рабочих на основании наличия у них определенных профессиональных знаний и трудовых навыков.

Квалификационный уровень руководителей, специалистов и служащих определяет *Единый квалификационный справочник должностей служащих (ЕКС)*, устанавливающий круг служебных обязанностей и объем квалификационных требований, которые предъявляются управленческому персоналу различных отраслей в соответствии с занимаемой должностью. По каждой должности в справочниках содержится три раздела:

- раздел «Должностные обязанности», отражающий совокупность функций работника, занимающего определенную должность;
- раздел «Должен знать», в котором приведены требования к работнику в отношении специальных знаний, характерных для занимаемой должности;
- раздел «Квалификационные требования», отражающий уровень специальной подготовки работника.

Справочники разрабатываются и утверждаются Министерством труда и социальной защиты Республики Беларусь и обязательны к применению всеми субъектами экономики. В настоящее время действует 68 выпусков ЕТКС и 35 выпусков ЕКС.

#### 4.3.4. Последовательность формирования заработной платы работника

Последовательность формирования заработной платы приведена на рисунке 19.

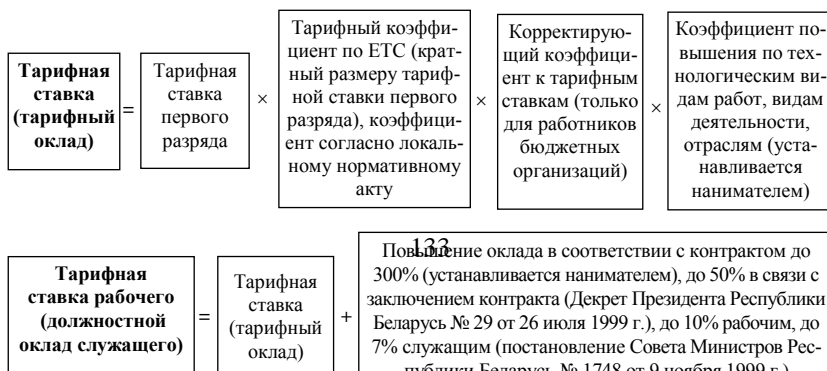


Рисунок 19 – Последовательность формирования заработной платы

#### **4.3.5. Формы и системы оплаты труда**

Формы и системы оплаты труда предназначены для учета в заработной плате количественных и качественных характеристик труда.

*Форма оплаты труда* представляет собой способ учета результатов труда работника. Форма оплаты труда – это способ установления размера заработной платы работников, определяемый методом измерения количества их труда на основе учета объема произведенной и (или) реализованной продукции, товаров (работ, услуг), либо на основе учета фактически отработанного времени.

*Система оплаты труда* – это порядок установления заработной платы, обеспечивающий стимулы к высокопроизводительному труду работников определенной группы или категории посредством определения функциональной зависимости между мерой труда и мерой его оплаты на основе организационно-технического нормирования труда, тарифного нормирования заработной платы, применения определенной формы оплаты труда и премиальных выплат.

В настоящее время в организациях республики применяются две формы оплаты труда: повременная и сдельная. При этом, в рамках каждой формы оплаты труда существуют свои системы оплаты труда.

*Повременной* называется такая форма оплаты труда, при которой заработок работнику начисляется по установленной тарифной ставке или окладу за фактически отработанное им время.

Применяется повременная оплата труда в следующих случаях:

- если количественный результат труда уже определен ходом рабочего процесса (например, работа на конвейере с заданным ритмом движения);

- если количественный результат труда не может быть измерен и не является определяющим (например, деятельность в сфере управления, выполнение функций хранения, распределения, наблюдения, контроля);

- если качество труда важнее его количества (например, обслуживание оборудования);

- если работа неоднородна по своему характеру (например, работа секретаря) и нерегулярна по нагрузке (например, работа преподавателя университета);

- если работа является опасной (например, работа пожарного);

- если затраты на определение планового объема и учет произведенного количества продукции относительно высоки.

При использовании повременной оплаты труда необходимо соблюдение следующих требований:

- строгий учет и контроль за временем, фактически отработанным каждым работником;

- правильное присвоение работникам тарифных разрядов;

- применение обоснованных норм обслуживания, нормирование заданий и нормативов численности по каждой категории работников, исключаящих различную степень загрузки, а следовательно, и различный уровень затрат труда в течение рабочего дня;

- рациональная организация труда на каждом рабочем месте, обеспечивающая эффективное использование рабочего времени.

Повременная форма оплаты труда образует две системы: простую повременную систему и повременно-премиальную систему.

*Простая повременная система.* По этой системе заработок работнику начисляется за фактически отработанное время по тарифной ставке (окладу), соответствующей присвоенному ему тарифному разряду. По способу начисления заработной платы данная система подразделяется на три вида: почасовую, поденную, помесичную. Соответственно им различают часовые, дневные и месячные тарифные ставки.

Почасовая оплата широко применяется в отраслях промышленности для оплаты труда рабочих, обслуживающих основное производство, а также для рабочих основного производства со строго регламентированным ритмом работы.

Поденная заработная плата применяется в основном в сельском хозяйстве и строительстве.

Помесячная оплата труда применяется для служащих, а также для отдельных категорий вспомогательных рабочих (дворников, курьеров).

*Повременно-премиальная система оплаты труда.* Во многих случаях данная система применяется на практике в целях повышения стимулирующей роли оплаты труда. По этой системе в заработную плату работника сверх тарифа (оклада или ставки) за фактически отработанное время включается премия за конкретные достижения в труде по заранее установленным показателям (критериям).

*Сдельной* называется такая форма оплаты труда, при которой заработная плата работнику (или группе работников) начисляется в заранее установленном размере за каждую единицу выполненной работы или изготовленной (реализованной) продукции в натуральном или стоимостном выражении. В отличие от повременной формы оплаты, где труд оплачивается на основе тарифной ставки (часовой, дневной, месячной) или оклада, при сдельной форме в основе оплаты труда лежат сдельные расценки.

Сдельную форму оплаты труда целесообразно применять, если:

- имеется количественный результат труда, который непосредственно зависит от конкретного работника;
- количественный результат труда может быть измерен;
- существует необходимость увеличения объема произведенной продукции или выполняемых работ, услуг;
- рост выработки вследствие применения сдельной оплаты труда исключает ухудшение качества продукции (работ, услуг), нарушение технологии производства и правил техники безопасности.

При использовании сдельной оплаты труда необходимо соблюдение ряда следующих требований:

- хорошо поставленный учет количественных результатов труда;
- эффективная организация нормирования труда и правильная тарификация работ;
- строгий контроль за качеством продукции, работ, услуг;
- нормальная организация труда, исключая перебои в работе, простои, несвоевременную выдачу производственных заданий, нарядов, материалов, инструмента и т. п.;
- реальная возможность у работника увеличивать выпуск продукции (объем выполняемых работ, услуг) по сравнению с установленными нормами.

В зависимости от формы организации труда сдельная оплата труда подразделяется на индивидуальную и коллективную.

Индивидуальная оплата возможна на работах, где труд каждого работника подлежит точному учету. Оплата зависит от объема реализованной работниками продукции и сдельной расценки за объем реализации.

При коллективной сдельной оплате труда заработок каждого работника зависит от результатов работы всего коллектива (бригады, участка, цеха).

Сдельная форма оплаты труда образует системы, которые отличаются друг от друга способом расчета заработка. Наиболее распространенными из них являются прямая сдельная система, сдельно-премиальная система, сдельно-прогрессивная система, косвенно-сдельная система, аккордная система.

*Прямая сдельная система.* По этой системе заработок начисляется работнику по заранее установленной расценке за каждую единицу качественно произведенной продукции (конкретный объем продаж).

Индивидуальная прямая сдельная система оплаты труда довольно проста, понятна и эффективна, так как в этом случае связь заработка с выработкой является очевидной, что повышает заинтересованность работника в увеличении производительности труда. Однако, заинтересовывая работников в росте индивидуальной выработки, прямая сдельная система оплаты труда слабо стимулирует их в достижении высоких показателей своей смены, бригады или участка. Поэтому прямая индивидуальная сдельная система оплаты труда чаще применяется в сочетании с премированием за выполнение и перевыполнение как общих для коллектива, так и конкретных индивидуальных количественных и качественных показателей работы.

*Сдельно-премиальная система.* По этой системе работнику сверх заработка по прямым сдельным расценкам начисляется премия за выполненные количественные и качественные показатели, предусмотренные действующим в организации положением о премировании.

*Сдельно-прогрессивная система.* По данной системе труд работника в пределах установленной исходной нормы оплачивается по основным одинарным расценкам, а сверх установленной исходной нормы – по повышенным расценкам. В рамках этой системы разрабатывается специальная шкала, устанавливающая степень увеличения сдельных расценок в зависимости от уровня превышения исходной нормы. Исходная норма для начисления прогрессивных доплат (т. е. тот предел выполнения нормы выработки, сверх которого плата за выполненную работу производится по повышенным расценкам) играет важную роль, так как от нее зависит, насколько данная система бу-



дет стимулировать рост производительности труда. Устанавливается она, как правило, на уровне фактического выполнения норм за последние три месяца, но не ниже действующих норм. Срок, на который вводится сдельно-прогрессивная система оплаты труда, устанавливается в каждом конкретном случае исходя из производственной необходимости. Эту систему целесообразно применять временно в отдельных торговых объектах (секциях) с предварительным экономическим обоснованием ее введения.

*Косвенная сдельная система.* Данная система применяется для оплаты труда работников, обслуживающих основные технологические процессы (в том числе оборудование), и именно для той их категории, от темпа и качества работы которых действительно зависит выработка основного персонала. Размер заработка работников, оплачиваемых по этой системе, ставится в прямую зависимость от результатов труда основного персонала. Косвенная сдельная система оплаты труда – порядок установления заработной платы, при котором работнику (как правило, обслуживающему основное производство) сдельный заработок определяется исходя из фактического объема продукции, выпущенного (реализованного) обслуживаемым им производством, а также начисляется и выплачивается премия за выполнение и перевыполнение плана производства или реализации продукции и качественное выполнение функций по его обслуживанию.

*Аккордная система.* Сущность данной системы оплаты труда заключается в том, что размер оплаты устанавливается не за каждую операцию (работу) в отдельности, а за весь комплекс работ (аккорд). Применяется аккордная система, чаще всего, в строительстве и сельском хозяйстве, когда надо стимулировать рост производительности труда и сокращение сроков выполнения работ. Распределение общего заработка коллектива (бригады), работающего по аккордному наряду, между его (ее) членами осуществляется в порядке, применяемом при коллективной сдельной оплате труда. Премирование при аккордной оплате труда производится, как правило, за сокращение сроков выполнения аккордного задания при условии качественного выполнения работ. Недостатки, допущенные бригадой или отдельными работниками в процессе выполнения аккордных работ, устраняются без дополнительной оплаты. Таким образом, аккордная система оплаты труда – порядок определения заработной платы, при котором коллективу работников сверх заранее определенного (по аккордной расценке) фонда заработной платы за выполнение установленного объема

произведенной продукции начисляется и выплачивается премия за досрочное и качественное выполнение аккордного задания.

Кроме этого, в зависимости от порядка начисления заработной платы, системы оплаты могут быть индивидуальными, когда заработная плата каждого работника начисляется отдельно, и коллективными. Коллективная система оплаты труда представляет собой порядок начисления заработной платы работников в условиях коллективной организации труда, определяемый принятым в организации подходом к формированию и распределению коллективного фонда заработной платы, обеспечивающий стимулы к достижению высоких конечных результатов (качественному и своевременному выполнению установленного коллективу объема производства или реализации продукции при минимальных затратах всех видов ресурсов). В частности, распределение фонда заработной платы при использовании коллективных систем оплаты труда производится с применением коэффициента трудового участия (КТУ).

В организациях торговли при использовании сдельной формы оплаты применяются различные виды сдельных расценок (рисунок 22).

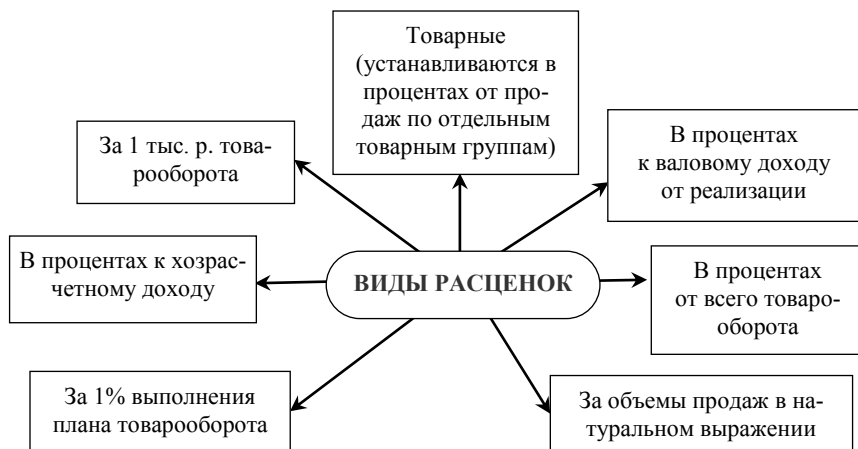


Рисунок 22 – Сдельные расценки, применяемые в торговле

Наиболее распространенной расценкой является расценка в процентах от товарооборота. Она может быть как индивидуальной, так и коллективной. Расценки определяются по формулам

$$\frac{\text{Éíäëâëäóäëüíäÿ}}{\text{ðãñöáíèà}} = \frac{\text{Òàðëëóíäÿ ñðàâêèà}}{\text{íðíäâäöà}} \cdot 100;$$

$$\frac{\text{Éíäëâëäóäëüíäÿ}}{\text{ðãñöáíèà}} = \frac{\text{Íðíà áûðäáíòèè ïðíäâäöà}}{\text{â íãñÿö}} \cdot 100;$$

$$\frac{\text{Éíëëâëðèáí äÿ}}{\text{ðãñöáíèà}} = \frac{\text{Ñóíà òàðëëóíö ñðàâêè}}{\text{ðäáíòèèèá òððáíáíí íáíäëðà}} \cdot 100.$$

$$\frac{\text{Éíëëâëðèáí äÿ}}{\text{ðãñöáíèà}} = \frac{\text{Ñóíà òàðëëóíö ñðàâêè}}{\text{Íëáí òáâððíáíð íðà á íãñÿö}} \cdot 100.$$

Продавцы тарифицируются с 4-го по 6-й разряд, продавец-консультант по 7-му разряду. Им соответствуют следующие коэффициенты: 4 р. – 1,57; 5 р. – 1,76; 6 р. – 1,9; 7 р. – 2,03 (в потребкооперации – 2,09; 2,2; 2,39; 2,56 соответственно).

Постановлением Правления Белкоопсоюза «О совершенствовании оплаты труда работников объектов торговли» с 1 июля 2010 г. введена сдельно-премиальная система оплаты труда с оплатой по коллективным расценкам в процентах от товарооборота по разным типам магазинов:

- магазин по продаже продовольственных товаров – 2,3%;
- строительные материалы – 1,9%;
- хозяйственные товары – 2,2%;
- автомагазины – 2,3%.

Эти расценки могут корректироваться, т. е. увеличиваться или снижаться до 30% в зависимости от условий труда.

Тарифные ставки могут увеличиваться до 50% за сложность и ответственность работ, на 10% за характер и специфику труда, на 10% при применении профессии «старший».

Таким образом, заработная плата по сдельным расценкам конкретного работника определяется по следующему алгоритму:

1. Используется формула

$$\frac{\text{Ñäðëüíäÿ çàðäáíðíäÿ}}{\text{íëàðà áñáððäáíòèèèá}} = \frac{\text{Ðíçíè÷íúé}}{\text{òáâððíáíð íð}} \cdot \frac{\text{Ðãñöáíèà}}{\text{çà íãñÿö}} \cdot 100$$

2. Определяется сумма тарифных ставок работников магазина по ЕТС.

3. Рассчитывается коэффициент соотношения сдельного заработка и суммы тарифных ставок (сдельный заработок на 1 р. тарифных ставок).

#### 4. Используется формула

$$\frac{\tilde{N}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{e}\tilde{u}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{y}\ \tilde{\varsigma}\tilde{a}\tilde{\delta}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{o}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{y}}{\tilde{i}\tilde{e}\tilde{a}\tilde{o}\tilde{a}\ \tilde{e}\tilde{u}\tilde{e}\tilde{\delta}\tilde{a}\tilde{o}\tilde{i}\tilde{a}\ \tilde{i}} = \frac{\tilde{O}\tilde{a}\tilde{\delta}\tilde{e}\tilde{o}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{y}\ \tilde{n}\tilde{o}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{e}\tilde{a}}{\tilde{i}\tilde{i}\ \tilde{A}\tilde{O}\tilde{N}} \cdot \frac{\tilde{E}\tilde{i}\tilde{y}\tilde{o}\tilde{\delta}\tilde{e}\tilde{o}\tilde{e}\tilde{a}\tilde{i}\ \tilde{o}}{\tilde{n}\tilde{i}\tilde{i}\tilde{o}\tilde{i}\tilde{\phi}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{e}\ \tilde{y}}.$$

#### 4.3.6. Гибкие системы оплаты труда

В настоящее время получают все большее распространение так называемые *гибкие системы оплаты труда*, которые можно отнести как к повременной, так и к сдельной форме оплаты труда. К ним относятся следующие системы:

- система оплаты труда на основе тарифной сетки, разработанной в организации (повременная форма);
- комиссионная система (сдельная и повременная форма);
- система «плавающих окладов» (повременная форма);
- система грейдов (сдельная и повременная формы).

*Система оплаты труда на основе тарифной сетки, разработанной в организации.* При применении системы оплаты труда на основе тарифной сетки, разработанной в организации самостоятельно, распределение профессий и должностей работников по разрядам тарифной сетки утверждается в локальном нормативном правовом акте.

При этом с учетом норм законодательства о труде параметры тарифной сетки (система тарифных разрядов и соответствующих им тарифных коэффициентов) должны обеспечить распределение в зависимости от сложности и напряженности труда, его условий, уровня квалификации работников.

*Оплата труда на основе комиссионного вознаграждения.* При этой системе оплаты труда размер заработной платы работника ставится в прямую зависимость (в процентах) от объемов реализованной продукции, товаров (работ, услуг), в том числе на экспорт, снижения запасов готовой продукции и поступления валютной выручки и других показателей, характеризующих эффективность работы подразделения и (или) организации в целом.

Разновидностями комиссионной системы оплаты труда работников являются:

- система комиссионных выплат;
- повременная система с комиссионными выплатами;
- повременно-премиальная система с комиссионными выплатами;

- коллективная комиссионная система оплаты труда.

*Система оплаты труда на основе «плавающих» окладов.* Система «плавающих» окладов предусматривает установление нанимателем размеров тарифных ставок (окладов) в текущем месяце по итогам работы за предыдущий месяц с учетом личного вклада каждого конкретного работника в результаты труда.

Система «плавающих» окладов предполагает, что каждый раз в конце месяца по результатам труда за расчетный месяц для каждого работника с учетом установленных критериев формируется новый должностной оклад на следующий месяц.

На основании результатов оценки критериев руководитель организации по итогам работы за определенный период (месяц, квартал, полугодие и т. д.) издает приказ о размере оплаты труда за отчетный период с учетом установленных критериев.

*Система оплаты труда на основе грейдов.* Система грейдов строится на расположении всех или отдельных профессий и должностей работников организации по соответствующим грейдам (рангам) в зависимости от сложности и напряженности труда, его условий, уровня квалификации работников.

При этой системе оценивается значимость профессии рабочего (должности служащего), которая, как правило, измеряется в баллах.

С этой целью могут использоваться различные критерии оценки профессий рабочих (должностей служащих). Каждый из критериев оценивается определенным количеством баллов. Шкала всех оценок разбивается на ряд интервалов, которые называются грейдами.

Общая сумма полученных по всем критериям баллов определяет положение (ранг) конкретной профессии рабочего (должности служащего) в структуре организации.

В зависимости от полученного количества баллов, конкретная профессия (должность) попадает в тот или иной интервал, т. е. относится к определенному грейду.

Для каждого грейда устанавливается диапазон размеров оплаты труда, которые могут формироваться по следующим этапам:

1. Устанавливается размер базовой заработной платы.

Размер базовой заработной платы устанавливается с учетом как внешних (отраслевые значения заработных плат работников соответствующих профессиональных групп), так и внутренних факторов (ценность соответствующих должностей для организации, финансовые возможности и т. д.).

2. Определяется интервал межквалификационных соотношений (коэффициентов), которые показывают, во сколько раз должностные оклады соответствующего грейда больше, чем установленная базовая заработная плата.

3. Для каждого грейда устанавливается диапазон должностных окладов (минимальный и максимальный).

4. Устанавливается размер оплаты труда конкретного работника в пределах диапазона окладов грейда, к которому относится профессия (должность) работника.

Системой построения грейдов может предусматриваться, что диапазоны окладов по грейдом будут пересекаться, что позволяет более гибко производить мотивацию труда работников.

#### ***4.3.7. Порядок премирования работников***

Премирование является важной частью системы материального стимулирования работников.

Под *премированием* понимаются выплаты работникам денежных сумм сверх основного заработка в целях поощрения достигнутых результатов и стимулирования их роста. Основными элементами системы премирования являются показатели и условия премирования; категории премируемых работников; периодичность премирования; порядок начисления премий и их распределение между структурными подразделениями и отдельными работниками; шкала премирования.

Различают текущее и единовременное премирование.

Текущее премирование в свою очередь подразделяется на 2 группы:

- за основные результаты хозяйственной деятельности;
- за улучшение отдельных сторон деятельности (специальное премирование).

В каждой организации на год или на несколько лет утверждается положение по оплате труда, в котором и отражены показатели, условия и категории работников для выплаты премий.

*Текущее премирование* в организациях торговли за основные результаты деятельности производится по итогам месяца или квартала за выполнение (перевыполнение) следующих показателей:

- выполнение и перевыполнение плана товарооборота;
- рост товарооборота в сопоставимых ценах к соответствующему месяцу прошлого года;

- рост рентабельности продаж;
- снижение уровня расходов;
- рост производительности труда;
- обеспечение наличия товаров в соответствии с утвержденным перечнем;
- отсутствие жалоб покупателей.

Число показателей премирования устанавливается не более 2–3 для каждой категории работников.

Премирование работников за основные результаты хозяйственной деятельности может быть как индивидуальным, так и коллективным.

Работникам торговых объектов потребительской кооперации постановлением правления Белкоопсоюза устанавливается премирование ежемесячно до 30% от сдельного заработка, в том числе 20% за выполнение плана товарооборота и 10% за рост товарооборота в сопоставимых ценах к соответствующему месяцу предыдущего года.

Общий максимальный размер премии конкретного работника потребительской кооперации не может превышать 50% от сдельного заработка.

*Специальное премирование* вводится с целью стимулирования отдельных сторон деятельности организации и производится за счет прибыли, оставшейся после налогообложения. Это премирование осуществляется за такие результаты, как:

- улучшение качества обслуживания;
- рост доли продаж товаров отечественного производства и др.

*Единовременное премирование.* Кроме указанных видов премий работникам из прибыли организации может выплачиваться вознаграждение по итогам работы за год, премии за экономию и рациональное использование топливно-энергетических и других ресурсов, единовременные поощрения к праздникам, юбилеям, материальная помощь. Размеры и условия этих выплат оговорены в коллективном договоре и в положении по оплате труда.

#### **4.3.8. Доплаты и надбавки, устанавливаемые работникам**

С целью материальной заинтересованности в результатах труда, обеспечения компенсации работ в неблагоприятных условиях, обеспечения закрепляемости кадров для различных категорий работников могут устанавливаться следующие виды надбавок и доплат:

- Надбавка продавцам за профессиональное мастерство – предельный размер не ограничивается (в организациях потребительской кооперации – до 30% в зависимости от разряда).

- Надбавка руководителям и специалистам за высокие достижения в труде, сложность и напряженность работы (на одного работника устанавливается как правило 1 надбавка, для руководителей государственных коммерческих организаций не более 150% оклада в месяц).

- Надбавка за продолжительность и непрерывность работы устанавливается в размере, оговоренном в положении по оплате труда в зависимости от стажа. В организациях потребительской кооперации работникам, проработавшим менее 1 года она не выплачивается; от 1–5 лет – 10%; от 5–10 лет – 15%; от 10–15 лет – 20%; свыше 15 лет – 25% от окладов и тарифных ставок.

- Доплаты и надбавки водителям автомобилей за квалификационные классы.

- Доплата за работу в выходные и праздничные дни (не ниже сдельных расценок или часовых тарифных ставок (окладов) (ст. 69 Трудового кодекса Республики Беларусь) за каждый час работы в эти дни).

- Доплата за работу в сверхурочное время (не ниже сдельных расценок или часовых тарифных ставок (окладов) за каждый час работы в сверхурочное время). За работу в сверхурочное время, в выходные и праздничные дни вместо доплаты с согласия работника, ему может быть предоставлен день отдыха (за 8 сверхурочно отработанных часов – 1 день).

- Доплата за выполнение обязанностей временно отсутствующего работника, расширение зоны обслуживания, увеличение объема работ (до месячной тарифной ставки или оклада отсутствующего работника).

- Доплата за работу во вредных и опасных условиях труда в процентах от тарифной ставки 1-го разряда, установленной в организации, но не менее 0,1–0,31% (для бюджетных организаций) за каждый час работы в этих условиях или в процентах от твердой денежной величины в зависимости от класса вредности условий труда (4 класса, доплаты за 3-й и 4-й классы).

- Доплата за разделение рабочего дня на части.

- Доплата за руководство торговым объектом без освобождения от обязанностей продавца.

- Доплата за работу в ночное время или ночную смену (ст. 70 Трудового кодекса) – эта доплата не может быть ниже 20% от часовой тарифной ставки (оклада) за каждый час, отработанный в ночное вре-



мя с 22.00 до 6.00 утра. В организациях потребительской кооперации эта доплата устанавливается в размере 40% от часовой тарифной ставки.

- Доплата до уровня минимальной заработной платы.
- Компенсация за подвижной и разъездной характер труда, работу вне места жительства (в пределах норм суточных за фактически отработанное количество дней в этих условиях).

#### **4.4. Комплексный анализ состояния и эффективности использования трудовых ресурсов торговой организации**

##### ***4.4.1. Цель, источники информации и последовательность анализа трудовых ресурсов***

Целью экономического анализа трудовых ресурсов является оценка их состояния и эффективности использования за исследуемый период для выявления резервов их экономии и оптимального использования в будущем.

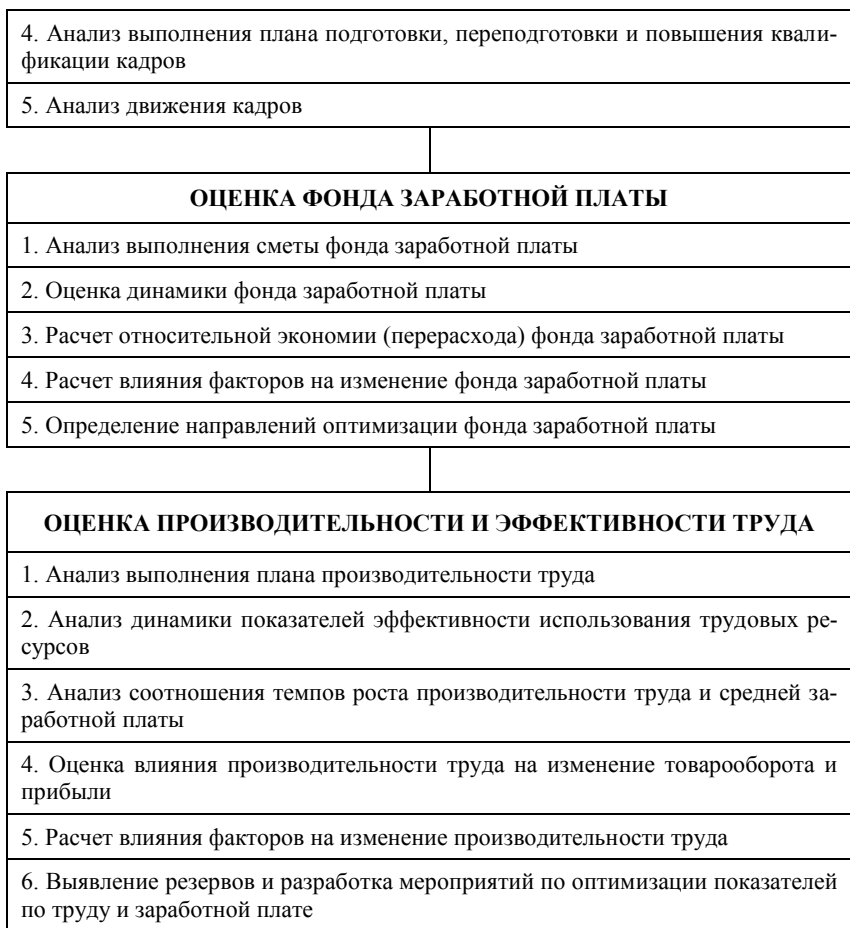
Для анализа трудовых ресурсов используются следующая информация:

- Бизнес-план организации.
- Штатное расписание структурных подразделений (торговых объектов).
- Смета фонда заработной платы.
- Бухгалтерская отчетность «Отчет о прибылях и убытках».
- Статистическая отчетность:
  - 12-Т «Отчет по труду»;
  - 1-Т (кадры) «Отчет о численности, составе и профессиональном обучении кадров».

Анализ трудовых ресурсов проводится в три этапа:

1. Оценка численности и состава кадров.
2. Оценка фонда заработной платы.
3. Оценка производительности и эффективности труда (рисунок 23).

<b>ОЦЕНКА ЧИСЛЕННОСТИ РАБОТНИКОВ</b>
1. Анализ выполнения плана по численности и составу кадров
2. Анализ расстановки кадров
3. Анализ профессионального и функционального состава кадров



**Рисунок 23 – Последовательность анализа состояния и эффективности использования трудовых ресурсов организации**

#### ***4.4.2. Оценка численности и состава кадров***

Этапы оценки численности и состава кадров приведены на рисунке 23.

Численность работников организации характеризуется следующими показателями:

- списочная численность на дату;
- списочная численность в среднем за период;
- явочная численность;
- средняя списочная численность.

В ходе анализа рассчитывается абсолютное отклонения численности от плана и от предшествующего периода, а также *относительное отклонение*, отражающее излишек или нехватку кадров. Оно отражает изменение численности в зависимости от изменения товарооборота и рассчитывается следующим образом:

$$\frac{\tilde{N}\delta\ddot{a}\ddot{a}\dot{\imath}\ddot{a}\tilde{n}\dot{\imath}\ddot{e}\tilde{n}\dot{\imath}\ddot{\div}\dot{\imath}\ddot{a}\ddot{y}}{\div\dot{e}\tilde{n}\dot{e}\ddot{a}\dot{\imath}\ddot{u}\tilde{n}\ddot{o}\ddot{\div}\ddot{u}} - \frac{\tilde{N}\delta\ddot{a}\ddot{a}\dot{\imath}\ddot{a}\tilde{n}\dot{\imath}\ddot{e}\tilde{n}\dot{\imath}\ddot{\div}\dot{\imath}\ddot{a}\ddot{y}}{\div\dot{e}\tilde{n}\dot{e}\ddot{a}\dot{\imath}\ddot{u}\tilde{n}\ddot{o}\ddot{\div}\ddot{u}} \cdot \frac{\dot{E}\dot{\imath}\ddot{a}\ddot{e}\tilde{n}}{\delta\dot{e}\ddot{x}\dot{e}\ddot{\div}\ddot{a}\tilde{n}\dot{e}\dot{\imath}\ddot{a}\dot{\imath}} \cdot \frac{\dot{\imath}\ddot{a}\ddot{u}\ddot{a}\ddot{\div}}{\delta\dot{\imath}\ddot{a}\ddot{\div}\tilde{n}\dot{\imath}\ddot{a}\dot{\imath}\ddot{\div}\ddot{u}}$$

Кроме этого, на данном этапе анализа трудовых ресурсов оценивается состояние и движение кадров при помощи ряда коэффициентов:

- оборота кадров;
- приема кадров;
- увольнения кадров;
- восполнения кадров;
- постоянства кадров;
- текучести кадров (таблица 8).

Таблица 8 – Показатели движения кадров

Показатели	Формула для расчета	Условные обозначения
1. Коэффициент оборота кадров	$\hat{E}_0 = \frac{\dot{I}\dot{O}}{\overline{N}_{\times}}$	$K_0$ – коэффициент оборота кадров; $ПУ$ – количество принятых и уволенных работников за период, чел.; $\overline{N}_{\times}$ – списочная численность в среднем за период, чел.

Окончание таблицы 8

Показатели	Формула для расчета	Условные обозначения
2. Коэффициент приема кадров	$\hat{E}\dot{\imath} = \frac{\dot{I}}{\overline{N}_{\times}}$	$Kп$ – коэффициент приема кадров; $П$ – количество принятых работников, чел.

3. Коэффициент увольнения (выбытия) кадров	$\hat{E}\hat{o} = \frac{\hat{O}}{\hat{N} \times}$	$K_y$ – коэффициент увольнения кадров; $Y$ – количество уволенных работников, чел.
4. Коэффициент восполнения кадров	$\hat{E}\hat{a} = \frac{\hat{I}}{\hat{O}}$	$K_v$ – коэффициент восполнения кадров
5. Коэффициент постоянства кадров	$\hat{E}\hat{i}\hat{n}\hat{o} = 1 - \hat{E}\hat{o}$	$K_{пост}$ – коэффициент постоянства кадров
6. Коэффициент текучести кадров	$\hat{E}\hat{o} = \frac{\hat{O}_{\text{сн}}}{\hat{N} \times}$	$K_t$ – коэффициент текучести кадров; $Y_{\text{сн}}$ – количество уволенных за нарушение законодательства и по собственному желанию, чел.

#### **4.4.3. Понятие, источники и состав фонда заработной платы**

Фонд заработной платы представляет собой сумму всех расходов на оплату труда работников организации как в денежной, так и в натуральной формах независимо от источников выплат.

Источниками формирования фонда заработной платы являются:

- расходы на оплату труда;
- прочие расходы;
- прибыль.

Состав фонда заработной платы определен рядом нормативных документов. Одним из них является постановление Национального статистического комитета № 92 от 29 июля 2008 г. «Указания по заполнению форм государственных статистических наблюдений по труду». Согласно этим указаниям, фонд заработной платы состоит из пяти частей:

1. Заработная плата за выполненную работу и отработанное время: тарифные ставки и оклады работников, доплаты за совмещение профессий, заработная плата совместителей, заработная плата нечислочного состава.

2. Выплаты стимулирующего характера: надбавки рабочим и служащим за качество и напряженность труда, за стаж непрерывной работы, текущие и единовременные премии, материальная помощь, вознаграждения по итогам работы за год, вознаграждения к праздникам и юбилеям.

3. Выплаты компенсирующего характера: доплаты за работу во вредных условиях, за работу в ночное время, в выходные и праздничные дни, в сверхурочное время, компенсации за неиспользованный отпуск.

4. Оплата за неотработанное время: оплата ежегодных основных и дополнительных отпусков, оплата учебных отпусков, оплата вынужденных простоев не по вине работника.

5. Другие выплаты: оплата стоимости питания, возмещение квартплаты, стоимости коммунальных услуг, найма жилья, проезда, лечения, путевок, подписки периодических изданий и др.

На основании фонда заработной платы определяется средняя заработная плата работников организации по формуле

$$\frac{\begin{array}{c} \text{Óíüä} \\ \text{çàðàáíðñé} \\ \text{íëàðü} \end{array} - \begin{array}{c} \text{Çàðàáíðíàý} \text{ } \text{íëàðà} \\ \text{ñíàíàñðèðà} \text{ } \text{ëàé} \\ \text{è} \text{ } \text{íàñíèñíî÷í} \text{ } \text{ái} \text{ } \text{ñíñðààà} \end{array}}{\begin{array}{c} \text{Ñðàáíáñíèñíî÷íàý} \text{ } \text{÷} \text{ } \text{ëñëáíñò} \text{ } \text{ü} \\ \text{Êíë÷} \text{ } \text{áñðàí} \text{ } \text{íàñýöàá} \end{array}} \left. \vphantom{\frac{\begin{array}{c} \text{Óíüä} \\ \text{çàðàáíðñé} \\ \text{íëàðü} \end{array} - \begin{array}{c} \text{Çàðàáíðíàý} \text{ } \text{íëàðà} \\ \text{ñíàíàñðèðà} \text{ } \text{ëàé} \\ \text{è} \text{ } \text{íàñíèñíî÷í} \text{ } \text{ái} \text{ } \text{ñíñðààà} \end{array}}{\begin{array}{c} \text{Ñðàáíáñíèñíî÷íàý} \text{ } \text{÷} \text{ } \text{ëñëáíñò} \text{ } \text{ü} \\ \text{Êíë÷} \text{ } \text{áñðàí} \text{ } \text{íàñýöàá} \end{array}}} \right\} \begin{array}{l} \text{за период (квартал,} \\ \text{полугодие, 9 месяцев,} \\ \text{год)} \end{array}$$

#### 4.4.4. Оценка фонда заработной платы

Оценка фонда заработной платы проводится по направлениям, приведенным на рисунке 23 (блок 2).

В рамках этого этапа анализа производится следующее:

1. Определение уровня фонда заработной платы и размеры его изменения в сравнении с плановым уровнем и уровнем предшествующего года.

Уровень фонда заработной платы ( $У_{ФЗП}$ ) определяется по следующей формуле:

$$\text{Óóçí} = \frac{\sum \begin{array}{c} \text{Óíüä} \\ \text{çàðàáíðñé} \\ \text{íëàðü} \end{array}}{\text{Óíàððíáíð} \text{ } \text{íò}} \cdot 100.$$

В настоящее время уровень ФЗП в организациях торговли составляет  $\approx 6,5\%$  к товарообороту.

2. Расчет относительной экономии, или перерасхода фонда заработной платы, по формуле

$$\frac{\left( \frac{\text{Οδίαάτιι δήαα}}{\text{ζαδαάιδñέ ιεαδú}} - \frac{\text{Οδίαάτιι δήαα}}{\text{ζαδαάιδñέ ιεαδú}} \cdot \frac{\text{ϊδαάφαñδαόβιαάι αίαα}}{\text{ϊδαάφαñδαόβιαάι αίαα}} \right) \cdot \text{ÒÍ}_1}{100\%}.$$

Положительное значение этого показателя говорит о перерасходе средств на выплату работникам.

3. Оценка влияния факторов на изменение фонда заработной платы, основными из которых являются:

- изменение среднесписочной численности;
- изменение средней заработной платы.

Влияние среднесписочной численности ( $\Delta \hat{O} \zeta \bar{I}_{\times}$ ) определяется по формуле

$$\Delta \hat{O} \zeta \bar{I}_{\times} = (\bar{\times}_1 - \bar{\times}_0) \cdot \bar{\zeta \bar{I}}_1,$$

где  $\bar{\times}_1$ ,  $\bar{\times}_0$  – среднесписочная численность отчетного и предшествующего годов.

Влияние средней заработной платы ( $\Delta \hat{O} \zeta \bar{I}_{\bar{\zeta \bar{I}}}$ ) определяется по формуле

$$\Delta \hat{O} \zeta \bar{I}_{\bar{\zeta \bar{I}}} = (\bar{\zeta \bar{I}}_1 - \bar{\zeta \bar{I}}_0) \cdot \bar{\times}_0,$$

где  $\bar{\zeta \bar{I}}_1$ ,  $\bar{\zeta \bar{I}}_0$  – средняя заработная плата отчетного и предшествующего годов.

На завершающем этапе оценки фонда заработной платы определяются направления и резервы его экономии и оптимизации на основании оценки выполнения сметы по относительному перерасходу отдельных статей и на основании тех факторов, которые повлекли за собой рост уровня фонда заработной платы.

#### **4.4.5. Оценка производительности и эффективности труда**

Для выполнения данного этапа анализа необходимо использовать систему показателей эффективности использования трудовых ресурсов.

В рамках данного этапа анализа показатели производительности труда необходимо оценить как в текущих, так и в сопоставимых ценах. Также необходимо проследить соотношение производительности труда и средней заработной платы:

$$T_{\text{пт}} > T_{\text{зп}},$$

где  $T_{\text{пт}}$  – темп роста производительности труда, %;

$T_{\text{зп}}$  – темп роста средней заработной платы, %.

Если данное соотношение выполняется, значит заработная плата выплачивается экономически обосновано, работники ее зарабатывают. Кроме этого, на данном этапе определяется влияние производительности труда на объем продаж и влияние производительности труда на прибыль.

Влияние на прибыль определяется по следующей формуле:

$$\frac{(\dot{I}\dot{O}_1 - \dot{I}\dot{O}_0) \cdot \frac{\dot{N}\dot{d}\dot{a}\dot{a}\dot{i}\dot{a}\dot{n}\dot{i}\dot{e}\dot{n}\dot{i} \div \dot{i}\dot{a}\dot{y}}{\dot{i}\dot{o} \div \dot{a}\dot{o}\dot{n}\dot{a}\dot{i}} \cdot \frac{\dot{D}\dot{a}\dot{i}\dot{o}\dot{a}\dot{a}\dot{a}\dot{e}\dot{u}\dot{i}\dot{i}\dot{n}\dot{o}\dot{u}}{\dot{i}\dot{d}\dot{a}\dot{a}\dot{f}\dot{a}\dot{n}\dot{d}\dot{a}\dot{o}\dot{b}\dot{r}\dot{i}\dot{a}\dot{a}\dot{i}} \cdot \frac{\dot{i}\dot{d}\dot{i}\dot{a}\dot{a}\dot{e}}{\dot{a}\dot{i}\dot{a}\dot{a}}}{100}.$$

#### 4.4.6. Оценка влияния отдельных факторов на изменение производительности труда. Резервы оптимизации трудовых ресурсов

Факторы, определяющие рост и снижение производительности труда, приведены на рисунке 24.

На производительность труда оказывает влияние ряд факторов, одни из них ведут к росту производительности, а другие к ее снижению.

Факторы, влияющие на производительность труда	
Положительные	Отрицательные
Увеличение товарооборота	Рост среднесписочной численности работников (в том числе продавцов)
Увеличение товарооборота на одного про-	

Рисунок 24 – Факторы, влияющие на производительность труда

При расчете влияния конкретных факторов используется ряд методов. Основным из них является метод цепной подстановки. Методика влияния факторов отражена на рисунке 25.

В результате факторного анализа производится группировка факторов, которые оказали положительное влияние на рост производительности и которые повлекли ее снижение.

Факторы, отрицательно повлиявшие на рост производительности, будут являться резервами роста производительности труда в будущем и основой для выработки направлений ее роста.

Основными резервами оптимизации трудовых ресурсов являются:

- резервы снижения уровня фонда заработной платы;
- резервы по оптимизации численности работников;
- резервы, определенные на основании отрицательного воздействия факторов на рост производительности труда и влияния производительности на товарооборот и прибыль.

**Факторы, связанные с численностью работников торговли  
и организацией их труда**

Численность работников

$$\frac{\dot{Q}_1}{\times_1} - \frac{\dot{Q}_1}{\times_0}$$

Удельный вес торгово-оперативного  
персонала в общей численности работников

$$(\dot{Q}_1 \dot{\alpha}_1 - \dot{Q}_1 \dot{\alpha}_0) \dot{\alpha}_1 \dot{\alpha}_0 : 100$$

Выработка на одного продавца

$$(\dot{A}_1 \dot{\alpha}_1 - \dot{A}_1 \dot{\alpha}_0) \dot{Q}_1 \dot{\alpha}_1 : 100$$

Уровень организации труда

$$(\dot{Q}_1 \dot{\alpha}_1 - \dot{Q}_1 \dot{\alpha}_0) \frac{100}{\dot{Q}_1 \dot{\alpha}_0}$$



*Условные обозначения:*

*T* – товарооборот; *Ч* – среднесписочная численность работников; *Впрод* – выработка на одного продавца; *Упрод* – удельный вес продавцов в общей численности; *Уот* – уровень организации труда (определяется отношением используемого рабочего времени к совокупному фонду рабочего времени); *Пд* – средняя производительность труда; *Дтк* – количество потерянных дней в связи с текучестью кадров; *К* – число торговых объектов; *S* – средний размер одного торгового объекта (м<sup>2</sup>); *t* – нагрузка на 1 м<sup>2</sup> торговой площади; *Оос* – отдача основных средств, р.; *Вос* – вооруженность основными средствами; *ТО* – оборачиваемость товарных запасов (оборотов); *ТЗ<sub>1раб</sub>* – товарные запасы на одного работника; *ПТ* – производительность труда торговых работников; *I<sub>ц</sub>* – индекс цен; *Чнас* – численность населения, чел.; *Д* – среднедушевые денежные доходы населения; *O* – коэффициент охвата денежных доходов населения розничным товарооборотом.

Примечание – В формулах, обозначенных звездочкой, применяется метод цепных подстановок.

**Рисунок 25 – Факторы роста производительности труда работников торговли**  
**5.5. Планирование показателей по труду и заработной плате**

Планирование показателей по труду и заработной плате состоит из двух разделов:

- планирование потребности в кадрах;
- планирование фонда заработной платы и других показателей по труду (рисунок 26).

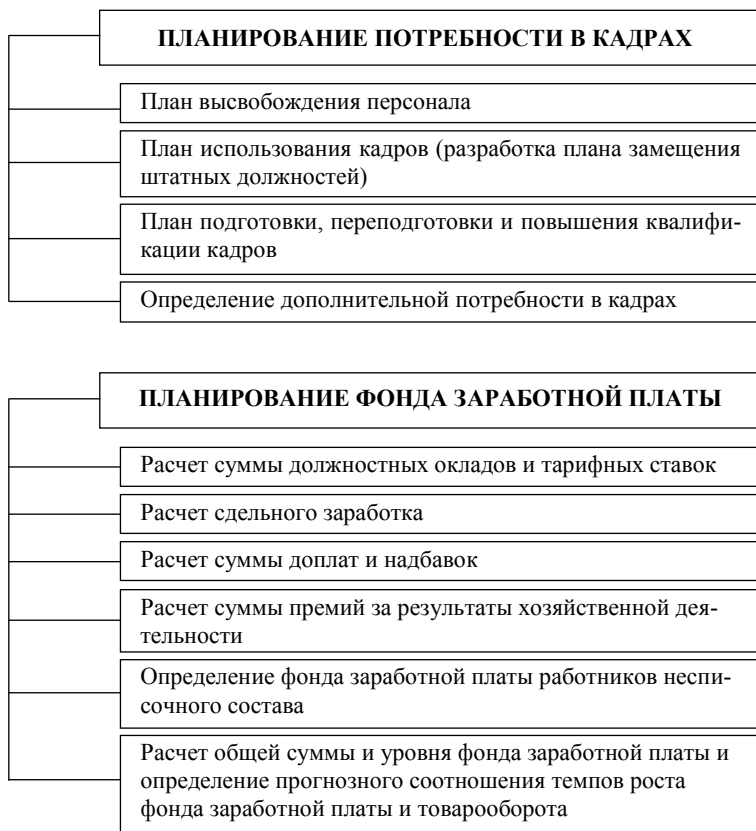


Рисунок 26 – Этапы разработки плана по труду и заработной плате

### ***5.5.1. Планирование численности работников торговой организации***



освоения новых видов деятельности. При этом необходимо придерживаться оптимального соотношения численности аппарата управления и специалистов с численностью основного и вспомогательного персонала (15 и 85%).

### **5.5.2. Планирование фонда заработной платы и других показателей по труду**

Планирование фонда заработной платы возможно по двум направлениям:

- Методом прямого счета на основании плановой численности и расчета каждой статьи фонда заработной платы (рисунок 27, блок 2).
- На основании сложившегося уровня и суммы фонда заработной платы в предшествующие годы (рисунок 27, методы 1–4).

Планирование по методу прямого счета осуществляется в следующей последовательности:

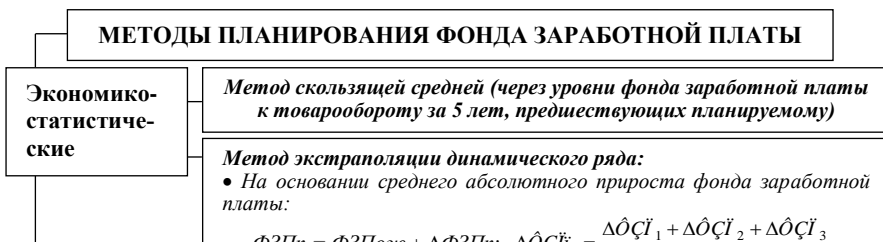
1. Определяется плановая сумма окладов, тарифных ставок, доплат и надбавок работникам.

2. Плановая сумма премий определяется на основании положения о премировании с учетом сложившейся доли премий в фонде заработной платы отчетного года.

3. Выплаты компенсирующего характера определяются исходя из численности работников, работающих в неблагоприятных условиях, в ночное время, в выходные и праздничные дни.

4. Оплата за неотработанное время планируется на основании графиков ухода в отпуск, а также плана повышения квалификации и переподготовки кадров.

5. Другие выплаты из фонда заработной платы, т. е. выплаты социального характера, определяются исходя из фактического финансового состояния организации в отчетном году.



**Рисунок 27 – Методы планирования фонда заработной платы**

Таким образом, на основании рассчитанной плановой численности работников и плана фонда заработной платы можно определить и

другие показатели по труду, такие как плановая производительность труда ( $ПТn$ ), плановая средняя заработная плата ( $\overline{\zeta\ddot{r}i}$ ) по формулам

$$\ddot{r}i\partial\ddot{r}i = \frac{\partial\ddot{r}i}{\times\ddot{r}i},$$

где  $Tn$  – плановый товарооборот;

$Чn$  – плановая среднесписочная численность;

$$\overline{\zeta\ddot{r}i} = \frac{\partial\zeta\ddot{r}i}{\times\ddot{r}i},$$

где  $\PhiЗПn$  – плановый фонд заработной платы.

План показателей по труду и заработной плате будет считаться оптимальным, если плановый темп роста производительности труда выше, чем плановый темп роста средней заработной платы, а плановый темп роста товарооборота выше, чем плановый темп роста фонда заработной платы.

## **Тема 5. ИМУЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИИ. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

### **5.1. Понятие и структура имущества организации, его роль в повышении ее конкурентного статуса**

Для осуществления процесса производства и реализации продукции необходимо взаимодействие двух важнейших факторов: средств производства и реализации и рабочей силы.

В организациях, которые осуществляют как производственную, так и торговую деятельность, средства производства и реализации подразделяются следующим образом:

- на средства труда (машины, оборудование), с помощью которых люди воздействуют на предметы труда (сырье, материалы);
- на предметы труда;
- на предметы обращения и реализации (готовая продукция и товарные запасы).

Таким образом, в основе классификации средств организации торговли на средства труда, предметы труда и предметы реализации лежит характер их участия в процессе производства и реализации продукции. В зависимости от времени этого участия они подразделяются:

- на долгосрочные средства, или недвижимое имущество;
- на краткосрочные средства, или движимое имущество.

*Имущество организации (активы, или капитал)* – это совокупность средств, способствующих производству и реализации продукции, товаров и услуг или капитал, приносящий доход.

Часть имущества со сроком использования больше года представляет собой *долгосрочные активы, или недвижимость*, которая подразделяется на материальную, нематериальную и финансовую.

*Материальная недвижимость* выражена основными средствами организации. К нематериальной относятся имущественные права организации со сроком более года (права на интеллектуальную собственность, права на использование природных объектов, прочие приобретенные права).

*Финансовая недвижимость* представляет собой часть имущества, которая передана третьим лицам на длительный срок с целью получения дохода (вклады в уставные фонды других организаций, имущество, сданное в долгосрочную аренду, выданные долгосрочные кредиты, участие организации в собственном капитале финансово-кредитных групп).

*Краткосрочные средства, или оборотный капитал* – часть имущества организации с циклом оборота менее года. Оборотный капитал состоит из оборотных средств и краткосрочных финансовых вложений.

Частью оборотного капитала являются оборотные средства, которые подразделяются на три части в зависимости от участия в процессе производства и реализации: предметы и средства труда, незавершенное производство; средства обращения и реализации; денежные средства.

Предметы и средства труда – это предметы труда, которые используются в одном цикле, меняют свою натурально-вещественную форму и полностью переносят свою стоимость на выпускаемую и реализуемую продукцию, а также средства труда со сроком службы до 1 года.

К предметам и средствам труда относятся:

- сырье;
- материалы;
- незавершенное производство;

- тара;
- запасные части;
- инвентарь;
- канцтовары.

Средства обращения и реализации – это часть имущества организации с циклом менее года, предназначенная для реализации.

Средства обращения и реализации:

- готовая продукция;
- товарные запасы;
- дебиторская задолженность (должны организации);
- авансы и задатки полученные.

К денежным средствам относятся:

- краткосрочная дебиторская задолженность (по заработной плате и др.);

- средства на расчетном и валютном счетах;
- средства в кассе.

Краткосрочные финансовые вложения включают:

- имущество, переданное в краткосрочную аренду или лизинг;
- объекты интеллектуальной собственности, переданные на срок менее года;
- кредиты, выданные до одного года;
- вложения в ценные бумаги;
- расходы будущих периодов.

## **5.2. Материально-техническая база организации торговли, ее значение и структура**

*Материально-техническая база (МТБ)* общества представляет собой материальные элементы производительных сил, т. е. средства производства, включающие средства труда.

Совокупность средств труда, функционирующих в торговле в их натурально-вещественной форме, составляет материально-техническую базу торговли.

Материально-техническая база организации торговли служит, прежде всего, для реализации товаров населению и чем выше ее уровень, тем лучше удовлетворен спрос с одной стороны, а с другой – выше товарооборот и прибыль.

Особую роль материально-техническая база торговли играет в сокращении затрат времени потребителей на покупку товаров.



Основными элементами материально-технической базы являются здания торговых объектов, мелкорозничная сеть, автомагазины, складские мощности, холодильники, транспортные средства, оборудование.

Структура материально-технической базы представлена на рисунке 28.

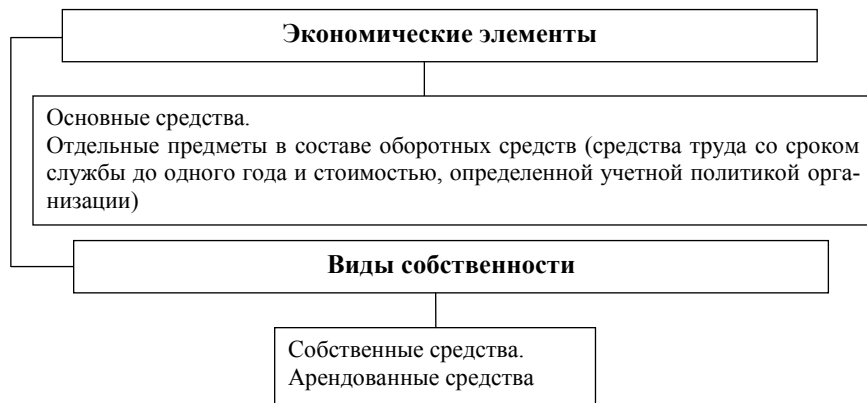


Рисунок 28 – Структура материально-технической базы организации

К отдельным предметам, относящимся к МТБ и являющимся частью оборотных средств, относятся тара, временные сооружения, инвентарь, спецодежда и др.

К современным направлениям развития материально-технической базы торговли можно отнести модернизацию торговой сети, повышение уровня обеспечения населения торговыми площадями, повышение автоматизации труда, повышение эффективности использования торговых и складских площадей.

Основой материально-технической базы организации являются основные средства.

### 5.3. Основные средства организации: сущность, классификация, формы учета

### 5.3.1. Сущность и критерии основных средств

Как макроэкономическая категория *основные средства* – это часть национального богатства страны, созданная в процессе производства, которая длительное время используется в экономике в натурально-вещественной форме, в результате чего их стоимость переносится на создаваемые товары и услуги.

В соответствии с международными стандартами финансовой отчетности *основные средства* – это материальные активы, срок использования которых превышает один период, предназначенные для производства и поставки товаров и услуг, для сдачи в аренду и управленческих целей.

Понятие и критерии отнесения предметов к основным средствам определены инструкцией Министерства финансов Республики Беларусь по бухгалтерскому учету основных средств (№ 26 от 30 апреля 2012 г.)

*Основные средства* организации представляют собой совокупность материально-вещественных ценностей, учитываемых в денежном выражении, использующихся в деятельности организации в течение длительного периода времени (более 1 года) и переносящих свою стоимость постепенно по частям на стоимость реализованных товаров или выполняемых работ и услуг.

Основные средства должны соответствовать следующим критериям:

- иметь натурально-вещественную форму;
- срок службы более 1 года;
- предназначаться для производства и реализации продукции, управленческих нужд и сдачи в аренду;
- иметь способность приносить организации экономическую выгоду в будущем;
- не должны предполагаться для перепродажи в течение 1 года с даты приобретения.

До 1 января 2009 г. Правительством Республики Беларусь была установлена денежная норма отнесения предметов к основным средствам (от 30 базовых величин за 1 единицу на момент приобретения или ввода в эксплуатацию).

В настоящее время организации самостоятельно решают вопрос о стоимостном критерии отнесения предметов к основным средствам и отражают это в своей учетной политике.

Таким образом, по своей стоимости основные средства меньше, чем стоимостное выражение материально-технической базы, так как в

материально-техническую базу включаются предметы со сроком службы до 1 года.

### 5.3.2. Классификация основных средств

Классификация основных средств представлена на рисунке 29.

<b>Функциональное назначение (натурально-вещественный состав) (9 групп)</b>	
Здания.	Инструмент.
Сооружения.	Инвентарь и принадлежности.
Устройства передаточные.	Прочие (сельское и лесное хозяйство).
Машины и оборудование.	Прочие
Средства транспортные	
<b>Цель использования</b>	
Производственные	Непроизводственные
<b>Отраслевая принадлежность</b>	
Основные средства розничной торговли.	Основные средства общественного питания.
Основные средства оптовой торговли	Основные средства других отраслей (видов деятельности)
<b>Степень использования</b>	
В эксплуатации.	В запасе.
На консервации	На реконструкции
<b>Участие в процессе реализации товаров</b>	
Активная часть	Пассивная часть
<b>Принадлежность организации</b>	
Собственные.	Безвозмездно предоставленные
Арендованные	

Рисунок 29 – Классификация основных средств

В зависимости от натурально-вещественного состава основные средства подразделяются на группы, представленные в таблице 9.

Таблица 9 – Состав основных средств

Группы основных средств	Характеристика и состав группы
-------------------------	--------------------------------

1. Здания	Строительные объекты производственного назначения (здания торговых объектов, складов и др.)
2. Сооружения	Объекты, обслуживающие производство (водопроводные, гидротехнические, канализационные сооружения и др.)
3. Устройства передаточные	Устройства для передачи энергии, жидких и газообразных веществ (электросети, теплосети, газовые сети и др.)
4. Машины и оборудование: силовые машины	Объекты, вырабатывающие или преобразующие энергию (генераторы, электродвигатели, трансформаторы и др.)
рабочие машины и оборудование	Объекты, применяемые непосредственно для изготовления продукции (специальное технологическое оборудование, металлорежущие станки и др.)
измерительные и регулирующие приборы и устройства	Аппаратура для измерения, регулирования и контроля
вычислительная техника, оргтехника	Оборудование автоматизированных систем управления, вычислительных центров и др.
прочие машины и оборудование	Объекты, не вошедшие в указанные группы
5. Средства транспортные	Производственный транспорт (электропогрузчики, электрокары, автомобили, автопогрузчики, автобусы)
6. Инструмент	Инструменты, приспособления общего назначения со сроком службы не менее одного года
7. Инвентарь и принадлежности	Предметы, облегчающие выполнение операций или служащие для хранения материалов (верстаки, стеллажи, баки и др.). Предметы офисного и хозяйственного назначения
8. Прочие (сельское и лесное хозяйство)	Рабочий и продуктивный скот, насаждения (деревья, кусты и др.)
9. Прочие основные средства	Животные цирков и зоопарков

По цели использования основные средства подразделяются на производственные и непроизводственные. К *основным производственным средствам* относятся средства труда, которые либо участвуют в процессе производства и реализации, либо способствуют его осуществлению (здания, сооружения, транспортные средства и другие). К *основным непроизводственным средствам* относятся средства, не участвующие в процессе производства и реализации и предназначенные для целей непроизводственного потребления (например, жилые дома, амбулатории, дома отдыха и др.).

По характеру участия в процессе производства и реализации основные производственные средства подразделяются на активную и пассивную части. К *активной части* относятся средства труда, принимающие непосредственное участие в изготовлении и реализации продукции, товаров, работ, услуг (машины, оборудование, транспорт и т. д.). К *пассивной части* относятся основные средства, которые создают условия для осуществления процесса производства и реализации (здания, сооружения, передаточные устройства и др.).

### **5.3.3. Формы учета и виды износа основных средств**

Основные средства оцениваются в бухгалтерском учете по первоначальной, переоцененной и остаточной стоимости.

*Первоначальная стоимость основных средств* – это стоимость приобретения основных средств, строительства торгового объекта, установки и монтажа оборудования на момент их ввода в эксплуатацию.

*Переоцененная стоимость основных средств* – это стоимость основных средств по их состоянию на определенную дату в действующих (текущих) ценах после их переоценки. Для этого на 1 января каждого года по решению собственника может проводиться их переоценка методами прямой оценки, индексным методом и методом пересчета валютной стоимости. Для зданий, сооружений и передаточных устройств переоценка проводится в обязательном порядке при выполнении критерия обязательной переоценки. Обязательным условием проведения переоценки для зданий, сооружений и передаточных устройств является превышения уровня инфляции в ноябре текущего года к дате последней обязательной переоценки (декабрь 2013 г.) 100% и более.

Наиболее распространен индексный метод. Он предполагает умножение стоимости конкретного объекта основных средств на соответствующий коэффициент (индекс). Коэффициенты определяются и публикуются Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь в разрезе групп основных средств с учетом изменения их стоимости.

*Остаточная стоимость основных средств* – определяется вычитанием из первоначальной или переоцененной стоимости суммы начисленного за период эксплуатации износа (амортизации).

*Текущая рыночная стоимость основных средств* – сумма денежных средств, которая была бы получена в случае реализации объекта основных средств в текущих рыночных условиях.

У каждого объекта основных средств есть нормативный срок службы и срок полезного использования.

Нормативные сроки службы определены постановлением Министерства экономики Республики Беларусь № 161 от 30 сентября 2011 г. «Об установлении нормативных сроков службы основных средств», а сроки полезного использования определяются каждой организацией самостоятельно с учетом физического и морального износа в пределах нижних и верхних границ нормативных сроков.

Физический износ предполагает потерю основными средствами своих первоначальных качеств, а моральный износ предполагает утрату основными средствами своей первоначальной стоимости до их физического износа.

Как правило, моральный износ обусловлен появлением новой, более производительной техники. Стоимостное выражение износа основных средств называется *амортизацией*.

#### **5.4. Амортизация основных средств, характеристика методов амортизации**

Под *амортизацией* понимается процесс возмещения физического и морального износа основных средств путем включения части их стоимости в расходы организации в виде амортизационных отчислений.

Амортизационные отчисления представляют собой денежное выражение стоимости износа основных средств. Они начисляются ежемесячно на каждый объект основных средств в размере  $\frac{1}{12}$  годовой суммы, исходя из амортизационной стоимости основного средства и годовых норм амортизации, выраженных в процентах.

*Амортизационная стоимость* – это величина, от которой рассчитываются амортизационные отчисления. Как правило, в качестве амортизационной стоимости используется остаточная стоимость объектов основных средств с учетом переоценки. Она определяется в начале каждого года как разность между первоначальной или переоцененной стоимостью и суммой, накопленной до этого амортизации.

Согласно инструкции о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов, утвержденной постановлением Министерств экономики, финансов, архитектуры и строительства

№ 37/18/6 от 27 февраля 2009 г., по объектам основных средств начисление амортизации проводится следующими способами:

- линейным;
- нелинейным;
- производительным (таблица 10).

Таблица 10 – Способы амортизации основных средств

Способы	Методика расчета	Условные обозначения
1. Линейный способ	$\dot{f}_{\dot{a}} = \frac{100}{\tilde{N}_{i\dot{e}}};$ $\sum \dot{A} = \frac{\dot{A}C \cdot \dot{f}_{\dot{a}}}{100}$	$H_a$ – годовая норма амортизации, %; $C_{nu}$ – срок полезного использования, лет; $\sum A$ – годовая сумма амортизации; $AC$ – амортизируемая стоимость объекта основных средств
2. Нелинейный способ: 2.1. Прямой метод суммы чисел лет	$\sum \times = \frac{C_{i\dot{e}} \cdot (\tilde{N}_{i\dot{e}} + 1)}{2};$ $\dot{f}_{\dot{a}_1} = \frac{C_{i\dot{e}} \cdot 100}{\sum \times};$ $\dot{f}_{\dot{a}_2} = \frac{(C_{i\dot{e}} - 1) 100}{\sum \times};$ $\dot{f}_{\dot{a}_i} = \frac{1' \cdot 100}{\sum \times};$ $\sum \dot{A} = \frac{\dot{A}C \cdot \dot{f}_{\dot{a}}}{100}$	$\sum q$ – сумма чисел лет; $H_{a_1}$ – норма амортизации первого года, %; $H_{a_2}$ – норма амортизации второго года, %; $H_{an}$ – норма амортизации последнего года, %; $1'$ – последний год полезного использования
2.2. Обратный метод суммы чисел лет	$\sum A = AC \frac{C_{i\dot{e}} - \tilde{N}_{oi\dot{e}} + 1}{\sum \times}$	$C_{oni}$ – число лет, остающихся до конца срока полезного использования, лет
2.3. Метод уменьшаемого остатка	$\dot{f}_{\dot{a}} = \frac{100}{C_{i\dot{e}}} \hat{E};$ $\sum \dot{A}_1 = \frac{\dot{A} \tilde{N} \cdot \dot{f}_{\dot{a}}}{100};$	$K$ – коэффициент ускорения (от 1 до 2,5); $\sum A_1$ – сумма амортизации первого года;

## Окончание таблицы 6

Способы	Методика расчета	Условные обозначения
	$\sum \dot{A}_2 = \frac{(\dot{A}\tilde{N} - \sum \dot{A}_1) \dot{f}_a}{100};$ $\sum \dot{A}_i = \dot{A}\tilde{N} - \sum \dot{A}_{i\bar{e}}$	$\sum A_2$ – сумма амортизации второго года; $\sum A_n$ – сумма амортизации последнего года; $\sum A_{nл}$ – сумма амортизации предшествующих лет
3. Производительный способ	$\sum \dot{A}_i = Q_i \frac{\dot{A}C}{Q_{\pi\bar{e}}}$	$\sum A_i$ – сумма амортизации $i$ -го года; $Q_i$ – прогнозируемый объем производства в $i$ -м году, ед.; $Q_{\pi\bar{e}}$ – прогнозируемый объем производства в течение срока полезного использования объекта основных средств, ед.

Выбор конкретного способа и метода начисления амортизации производится организацией самостоятельно и закрепляется учетной политикой.

*Линейный способ* предусматривает равномерное по частям начисление амортизации в течение нормативного срока или срока полезного использования объекта основных средств.

При *нелинейном способе* начисление амортизации производится неравномерно по годам в течение срока полезного использования. Этот способ может применяться по машинам, механизмам, оборудованию, оргтехнике, транспортным средствам, за исключением машин, оборудования и транспорта со сроком службы до трех лет, а также за исключением уникальной техники и оборудования, предметов интерьера, отдыха, досуга и развлечений.

Нелинейный способ предполагает три метода расчета:

1. Прямой метод суммы чисел лет (таблица 6, п. 2.1).
2. Обратный метод суммы чисел лет (таблица 6, п. 2.2).
3. Метод уменьшаемого остатка (таблица 6, п. 2.3).

Специальной комиссией в организации устанавливается коэффициент ускорения амортизации в диапазоне 1–2,5 раза при применении метода уменьшаемого остатка.



При *производительном способе* начисление амортизации производится на основании прогнозного объема производства в натуральном выражении формуле, представленной в пункте 3 таблицы 6.

По объектам основных средств, которые не используются в предпринимательской деятельности, начисление амортизации производится только линейным способом, исходя из нормативных сроков службы, а сумма амортизационных отчислений включается не в расходы на реализацию, а в прочие расходы.

### ***Пример решения задачи***

На основании приведенных данных определите годовую сумму амортизационных отчислений, используя линейный и нелинейный способы.

#### ***Исходные данные***

1. Приобретен объект основных средств стоимостью 12 тыс. р. со сроком полезного использования, равным 5 годам (линейный способ).

2. Приобретена автоматическая линия стоимостью 15 тыс. р. Срок полезного использования – 5 лет (прямой метод суммы чисел лет).

3. Приобретено оборудование стоимостью 10 тыс. р. со сроком полезного использования – 5 лет. Коэффициент ускорения – 2 (метод уменьшаемого остатка).

#### ***Решение***

1. *Линейный способ.*

Годовая норма амортизационных отчислений:

$$\dot{I}_{\dot{a}} = \frac{100}{5} = 20\%.$$

Годовая сумма амортизационных отчислений:

$$\dot{A}_r = \frac{12 \cdot 20}{100} = 2,4 \text{ тыс. р.}$$

2. *Прямой метод суммы чисел лет.*

Сумма чисел лет срока службы:

$$СЧЛ = 1 + 2 + 3 + 4 + 5 = 15, \text{ или } \frac{5 \cdot (5+1)}{2} = 15.$$

Сумма амортизационных отчислений по годам:

- первый год:  $\dot{A}_1 = \frac{15 \cdot 5}{15} = 5 \text{ тыс. р.};$

- второй год:  $\dot{A}_2 = \frac{15 \cdot (5-1)}{15} = 4 \text{ тыс. р.};$

- третий год:  $\dot{A}_3 = \frac{15 \cdot (5-2)}{15} = 3 \text{ тыс. р.};$

- четвертый год:  $\dot{A}_4 = \frac{15 \cdot (5-3)}{15} = 2 \text{ тыс. р.};$

- пятый год:  $\dot{A}_5 = \frac{15 \cdot (5-4)}{15} = 1 \text{ тыс. р.}, \text{ или } A_5 = 15 - 5 - 4 - 3 - 2 =$   
 $= 1 \text{ тыс. р.}$

3. Метод уменьшаемого остатка.

Годовая норма амортизационных отчислений:

$$H_a = 100 : 5 \cdot 2 = 40\%.$$

Сумма амортизационных отчислений по годам:

- первый год:  $\dot{A}_1 = \frac{10 \cdot 40}{100} = 4 \text{ тыс. р.};$

- второй год:  $\dot{A}_2 = \frac{(10-4) \cdot 40}{100} = 2,4 \text{ тыс. р.};$

- третий год:  $\dot{A}_3 = \frac{(6-2,4) \cdot 40}{100} = 1,44 \text{ тыс. р.};$

- четвертый год:  $\dot{A}_4 = \frac{(3,6-1,44) \cdot 40}{100} = 0,864 \text{ тыс. р.};$

- пятый год:  $A_5 = 10 - (4 + 2,4 + 1,44 + 0,864) = 1,296 \text{ тыс. р.}$

## **5.5. Методические подходы к анализу состояния и эффективности использования материально-технической базы организации торговли**

### **5.5.1. Цель, источники информации и направления экономического анализа материально-технической базы организации**

Целью анализа материально-технической базы является определение резервов повышения эффективности ее использования и разработка путей достижения этих резервов.

Информацией для анализа служат следующие источники:

- бизнес-план организации;
- бухгалтерский баланс организации;
- бухгалтерская отчетность «Отчет о прибылях и убытках»;
- статистическая отчетность форм 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других долгосрочных активов»; 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле»; 12-Т «Отчет по труду» и др.

Анализ материально-технической базы производится по этапам, представленным на рисунке 30.

1	Оценка состояния и динамики развития объектов розничной и оптовой торговой сети
2	Оценка движения, состояния и динамики развития основных средств организации
3	Оценка эффективности использования материально-технической базы розничной и оптовой торговли
4	Оценка влияния факторов на эффективность использования материально-технической базы организации
5	Определение резервов и направлений повышения эффективности использования материально-технической базы организации

**Рисунок 30 – Этапы анализа состояния и эффективности использования материально-технической базы организации**

### 5.5.2. Оценка развития объектов торговли, состояния и динамики основных средств

В рамках *первого этапа* оценка проводится с использованием следующих показателей:

- изменение количества объектов торговой сети;
- доля магазинов в общем количестве объектов торговой сети и ее изменение по сравнению с предшествующим периодом;
- изменение торговой или складской площади;
- доля каждого типа магазина в общем количестве (продовольственные, непродовольственные, смешанные) и ее изменение;
- доля специализированных магазинов по количеству и товарообороту и ее изменение;
- емкость складов и холодильников и ее изменение;
- доля магазинов самообслуживания по количеству, по торговой площади, по товарообороту;
- процент выполнения плана ввода или технического перевооружения торговой сети;
- темпы изменения общего количества торговых объектов, торговой площади и складской площади.

На *втором этапе* оценка проводится по следующим направлениям:

- определение изменения среднегодовой стоимости основных средств в отчетном периоде по сравнению с предшествующим;
- определение структуры основных средств, т. е. удельного веса зданий, сооружений, машин, оборудования и т. д. в общей их стоимости и изменение этих удельных весов;
- определение показателей движения и состояния основных средств и их изменение за отчетный период (таблица 11).

Таблица 11 – Показатели движения, состояния и эффективности использования основных средств (ОС)

Показатели	Методика расчета
<b>1. Показатели движения</b>	
Коэффициент поступления (ввода)	$\frac{\text{Стоимость поступивших ОС}}{\text{Стоимость ОС на конец периода}}$
Коэффициент замены	$\frac{\text{Стоимость поступивших ОС}}{\text{Стоимость выбывших ОС}}$
Коэффициент интенсивности обновления	$\frac{\text{Стоимость выбывших ОС}}{\text{Стоимость поступивших ОС}}$

## Окончание таблицы 7

Показатели	Методика расчета
Коэффициент обновления	$\frac{\text{Стоимость новых ОС}}{\text{Стоимость ОС на конец периода}}$
Коэффициент стабильности	$\frac{\text{Стоимость ОС на начало периода} - \text{Стоимость выбывших ОС}}{\text{Стоимость ОС на начало периода}}$
Коэффициент выбытия	$\frac{\text{Стоимость выбывших ОС}}{\text{Стоимость ОС на начало периода}}$
<b>2. Показатели состояния</b>	
Коэффициент износа	$\frac{\text{Сумма износа (амортизации)}}{\text{Стоимость ОС на начало периода (восстановительная)}}$
Коэффициент годности	$\frac{\text{Стоимость ОС на начало периода} - \text{Сумма износа (амортизации)}}{\text{Стоимость ОС на начало периода (восстановительная)}}$
<b>3. Показатели эффективности использования</b>	
Отдача основных средств, р.	$\frac{\text{Товарооборот}}{\text{Средняя за период стоимость ОС}}$
Емкость основных средств, р.	$\frac{\text{Средняя за период стоимость ОС}}{\text{Товарооборот}}$
Вооруженность персонала основными средствами, тыс. р.	$\frac{\text{Средняя за период стоимость ОС}}{\text{Среднесписочная численность работников}}$
Рентабельность основных средств, %	$\frac{\text{Прибыль}}{\text{Средняя за период стоимость ОС}} \cdot 100$

### 5.5.3. Оценка эффективности использования материально-технической базы организации

Оценка эффективности использования материально-технической базы проводится по следующим направлениям:

- оценка эффективности использования основных средств;
- оценка эффективности использования объектов розничной и оптовой торговли;
- оценка обеспеченности населения и торговой организации торговыми площадями.

1. *Оценка эффективности использования основных средств.* Эффективность использования основных средств организаций торговли – это экономическая категория, отражающая результативность использования основных средств с точки зрения их отдачи через продажи, доходность и прибыльность.

Показатели эффективности использования основных средств отражают сколько рублей товарооборота, доходов и прибыли приходится на 1 р. основных средств в целом по организации, по ее отраслям и видам деятельности.

В современных условиях с целью углубления экономического анализа экономических ресурсов и достоверности расчетов для организаций торговли и потребительской кооперации (облпотребсоюза, областное потребительское общество, райпо, филиалы областного потребительского общества) целесообразен расчет показателей эффективности использования основных средств в целом по организации (итоговые показатели), а также по отдельным отраслям (видам) деятельности.

Поэтому можно выделить следующие группы показателей эффективности использования основных средств:

- обобщающие;
- отдачи (емкости) основных средств отраслей деятельности;
- рентабельности, доходности и вооруженности (обеспеченности) основных средств.

Система показателей эффективности использования основных средств организаций потребительской кооперации представлена на рисунке 31.

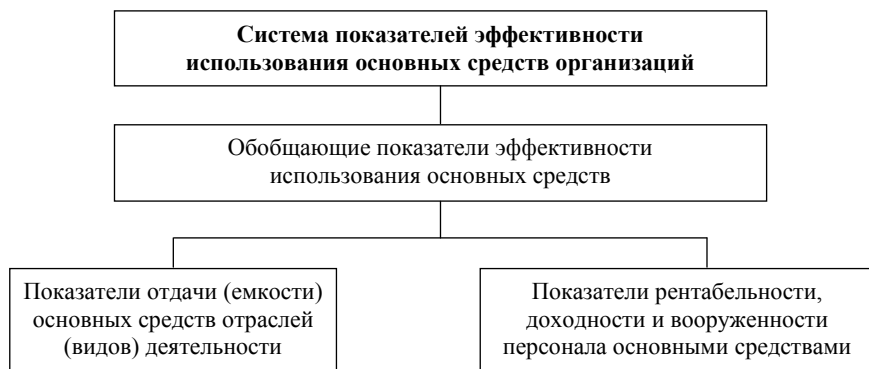


Рисунок 31 – Система показателей эффективности использования основных средств

В таблицах 12 и 13 представлены слагаемые для расчета показателей эффективности использования основных средств, источники информации, система показателей эффективности использования основных средств организаций потребительской кооперации и алгоритм их расчета.

**Таблица 12 – Слагаемые показателей эффективности использования основных средств организации и источники их информации**

Слагаемые показателей рентабельности	Источники информации и алгоритм расчета
1. Прибыль до налогообложения	Отчет о прибылях и убытках (стр. 160, колонка 3)
2. Прибыль от текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 090, колонка 3)
3. Прибыль от реализации в розничной торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 1)
4. Прибыль от реализации в оптовой торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 2)
5. Прибыль от реализации в общественном питании	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 4)
6. Прибыль от реализации в заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 37 000, колонка 5)
7. Прибыль от реализации в промышленности	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 380, колонка 1)
8. Прибыль от реализации в других отраслях	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 470, колонка 5)
9. Совокупные доходы (валовая выручка)	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010 + стр. 070 + стр. 100 + стр. 120, колонка 3)
10. Розничный товарооборот	Форма 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» (стр. 100, колонка 1)
11. Оптовый товарооборот	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 40 000, колонка 1)
12. Товарооборот общественного питания	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 43 000, колонка 1)
13. Оборот по реализации в заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 46 000, колонка 1)
14. Выручка от реализации произведенной продукции	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 310, колонка 1)
15. Выручка от реализации в других отраслях	Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах (стр. 410, колонка 1)
16. Доходы по текущей деятельности	Отчет о прибылях и убытках (стр. 010 + стр. 070, колонка 3)

Продолжение таблицы 12

Слагаемые показателей рентабельности	Источники информации и алгоритм расчета
17. Валовой доход от реализации в розничной торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 1)
18. Валовой доход от реализации в оптовой торговле	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 2)
19. Валовой доход общественного питания	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 4)
20. Валовой доход заготовительной отрасли	Отчет о расходах, доходах и финансовых результатах от реализации товаров (стр. 34 000, колонка 5)
21. Средняя стоимость основных средств организации	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других долгосрочных активов» (стр. 010, среднеарифметическое колонок 1 и 7)
22. Средняя стоимость активной части основных средств организации	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других долгосрочных активов» (стр. 050 + стр. 060 + стр. 070, среднеарифметическое колонок 1 и 7)
23. Средняя стоимость основных средств розничной торговли	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других долгосрочных активов» (стр. 160, среднеарифметическое колонок 1 и 7) [Удельный вес розничного товарооборота в товарообороте организации : 100%]
24. Средняя стоимость основных средств оптовой торговли	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других долгосрочных активов» (стр. 160, среднеарифметическое колонок 1 и 7) [Удельный вес оптового товарооборота в товарообороте организации : 100%]
25. Средняя стоимость основных средств общественного питания	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других долгосрочных активов» (стр. 160, среднеарифметическое колонок 1 и 7) [Удельный вес товарооборота общественного питания в товарообороте организации : 100%]
26. Средняя стоимость основных средств заготовительной отрасли	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других долгосрочных активов» (стр. 010, среднеарифметическое колонок 1 и 7) [Удельный вес оборота по реализации в заготовках в выручке от реализации : 100]
27. Средняя стоимость основных средств промышленности	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других долгосрочных активов» (стр. 130, среднеарифметическое колонок 1 и 7)
28. Средняя стоимость основных средств других отраслей	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других долгосрочных активов» (стр. 010, средние арифметическое колонок 1 и 7) [Удельный вес выручки других отраслей в выручке от реализации : 100%]



## Окончание таблицы 12

Слагаемые показателей рентабельности	Источники информации и алгоритм расчета
29. Среднесписочная численность работников организации	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (стр. 01, колонка 2)
30. Среднесписочная численность работников розничной торговли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 2)
31. Среднесписочная численность работников оптовой торговли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 2)
32. Среднесписочная численность работников общественного питания	Форма № 12-Т «Отчет по труду» соответствующая строка раздела V, колонка 2)
33. Среднесписочная численность работников заготовительной отрасли	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 2)
34. Среднесписочная численность работников промышленности	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующая строка раздела V, колонка 2)
35. Среднесписочная численность работников других отраслей	Форма № 12-Т «Отчет по труду» (соответствующие строки раздела V, колонка 2)

Таблица 13 – Слагаемые показателей эффективности использования основных средств организации

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 12)
<b>1. Обобщающие показатели эффективности использования основных средств</b>		
1.1. Итоговая отдача основных средств, р.	$\frac{\tilde{N}i\tilde{a}i\tilde{e}o\tilde{i}i\tilde{u}\tilde{a} \ \tilde{a}i\tilde{o}i\tilde{a}\tilde{u} \ (\tilde{a}\tilde{a}\tilde{e}i\tilde{a}\tilde{a}\tilde{y}\tilde{a}\tilde{u}\tilde{o}\div\tilde{e}\tilde{a})}{\tilde{N}\tilde{o}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{y}\tilde{y} \ \tilde{n}\tilde{o}\tilde{i}\tilde{e}i\tilde{i}\tilde{n}\tilde{o}\tilde{u} \ \tilde{i}\tilde{n}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{u}\tilde{o} \ \tilde{n}\tilde{d}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{n}\tilde{o}\tilde{a}\tilde{d}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{e}\tilde{c}\tilde{a}\tilde{o}\tilde{e}\tilde{e}}$	$\frac{\tilde{N}\tilde{o}\tilde{d}. \ 9}{\tilde{N}\tilde{o}\tilde{d}. \ 21}$
1.2. Итоговая емкость основных средств, р.	$\frac{\tilde{N}\tilde{o}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{y}\tilde{y} \ \tilde{n}\tilde{o}\tilde{i}\tilde{e}i\tilde{i}\tilde{n}\tilde{o}\tilde{u} \ \tilde{i}\tilde{n}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{u}\tilde{o} \ \tilde{n}\tilde{d}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{n}\tilde{o}\tilde{a}\tilde{d}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{e}\tilde{c}\tilde{a}\tilde{o}\tilde{e}\tilde{e}}{\tilde{N}i\tilde{a}i\tilde{e}o\tilde{i}i\tilde{u}\tilde{a} \ \tilde{a}i\tilde{o}i\tilde{a}\tilde{u} \ (\tilde{a}\tilde{a}\tilde{e}i\tilde{a}\tilde{a}\tilde{y}\tilde{a}\tilde{u}\tilde{o}\div\tilde{e}\tilde{a})}$	$\frac{\tilde{N}\tilde{o}\tilde{d}. \ 21}{\tilde{N}\tilde{o}\tilde{d}. \ 9}$
1.3. Итоговая отдача активной части основных средств, р.	$\frac{\tilde{N}i\tilde{a}i\tilde{e}o\tilde{i}i\tilde{u}\tilde{a} \ \tilde{a}i\tilde{o}i\tilde{a}\tilde{u} \ (\tilde{a}\tilde{a}\tilde{e}i\tilde{a}\tilde{a}\tilde{y}\tilde{a}\tilde{u}\tilde{o}\div\tilde{e}\tilde{a})}{\tilde{N}\tilde{o}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{y}\tilde{y} \ \tilde{n}\tilde{o}\tilde{i}\tilde{e}i\tilde{i}\tilde{n}\tilde{o}\tilde{u} \ \tilde{a}\tilde{e}\tilde{o}\tilde{e}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{t}\tilde{e} \ \div\tilde{a}\tilde{n}\tilde{o}\tilde{e} \ \tilde{i}\tilde{n}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{u}\tilde{o} \ \tilde{n}\tilde{d}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{n}\tilde{o}\tilde{a}\tilde{d}\tilde{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{e}\tilde{c}\tilde{a}\tilde{o}\tilde{e}\tilde{e}}$	$\frac{\tilde{N}\tilde{o}\tilde{d}. \ 9}{\tilde{N}\tilde{o}\tilde{d}. \ 22}$

Продолжение таблицы 13

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 12)
1.4. Итоговая емкость активной части основных средств, р.	$\frac{\tilde{N}\delta\acute{a}\acute{a}\tilde{f}\tilde{y}\tilde{y}\tilde{n}\delta\tilde{i}\tilde{e}\tilde{i}\tilde{n}\delta\tilde{u}\ \acute{a}\acute{e}\delta\acute{e}\acute{a}\tilde{f}\tilde{e}\ \div\ \acute{a}\tilde{n}\delta\acute{e}\ \tilde{i}\tilde{n}\tilde{f}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{u}\delta\ \tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{\alpha}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\acute{e}\acute{c}\grave{a}\delta\acute{e}\acute{e}}{\tilde{N}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{i}\acute{e}\delta\tilde{o}\tilde{i}\tilde{u}\acute{a}\ \acute{a}\tilde{i}\delta\tilde{i}\tilde{a}\tilde{u}\ (\acute{a}\tilde{a}\tilde{e}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{y}\tilde{a}\tilde{u}\delta\delta\div\acute{e}\delta)}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.\ 22}{\tilde{N}\delta\delta.\ 9}$
1.5. Итоговая рентабельность основных средств, %	$\frac{\tilde{f}\delta\acute{e}\acute{a}\tilde{u}\tilde{e}\tilde{u}\ \acute{a}\tilde{i}\ \tilde{i}\acute{a}\tilde{e}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{e}\tilde{i}\ \acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\tilde{e}\tilde{y}}{\tilde{N}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\tilde{y}\tilde{y}\tilde{n}\delta\tilde{i}\tilde{e}\tilde{i}\tilde{n}\delta\tilde{u}\ \tilde{i}\tilde{n}\tilde{f}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{u}\delta\ \tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{\alpha}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\acute{e}\acute{c}\grave{a}\delta\acute{e}\acute{e}} \cdot 100\%$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.\ 1}{\tilde{N}\delta\delta.\ 21} \cdot 100\%$
1.6. Итоговая вооруженность персонала основными средствами, млн р.	$\frac{\tilde{N}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\tilde{y}\tilde{y}\tilde{n}\delta\tilde{i}\tilde{e}\tilde{i}\tilde{n}\delta\tilde{u}\ \tilde{i}\tilde{n}\tilde{f}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{u}\delta\ \tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{\alpha}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\acute{e}\acute{c}\grave{a}\delta\acute{e}\acute{e}}{\tilde{N}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{n}\tilde{v}\tilde{e}\tilde{m}\div\tilde{i}\tilde{a}\tilde{y}\ \div\ \acute{e}\tilde{n}\tilde{e}\acute{a}\tilde{i}\tilde{f}\tilde{i}\tilde{n}\delta\ \tilde{u}\ \delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{i}\delta\tilde{i}\tilde{e}\tilde{e}\tilde{i}\tilde{a}}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.\ 21}{\tilde{N}\delta\delta.\ 29}$
1.7. Итоговый интегральный показатель эффективности использования основных средств	$\sqrt{\frac{\tilde{n}\delta\delta.\ 11 \cdot \tilde{n}\delta\delta.\ 15\ \acute{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{f}\tilde{e}\ \delta\acute{a}\acute{a}\tilde{e}\delta\tilde{o}\tilde{u}}{100}}$	—
<b>2. Показатели отдачи (емкости) основных средств отраслей (видов) деятельности</b>		
2.1. Отдача основных средств:		
2.1.1. Отдача основных средств текущей деятельности, р.	$\frac{\acute{A}\tilde{i}\delta\tilde{i}\tilde{a}\tilde{u}\ \tilde{i}\tilde{f}\ \delta\acute{a}\acute{e}\delta\tilde{o}\tilde{u}\acute{a}\acute{e}\ \acute{a}\tilde{a}\tilde{y}\delta\acute{a}\tilde{e}\tilde{u}\tilde{i}\tilde{n}\delta\acute{e}}{\tilde{N}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\tilde{y}\tilde{y}\tilde{n}\delta\tilde{i}\tilde{e}\tilde{i}\tilde{n}\delta\tilde{u}\ \tilde{i}\tilde{n}\tilde{f}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{u}\delta\ \tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{\alpha}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\acute{e}\acute{c}\grave{a}\delta\acute{e}\acute{e}}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.\ 16}{\tilde{N}\delta\delta.\ 21}$
2.1.2. Отдача основных средств розничной торговли, р.	$\frac{\delta\tilde{i}\tilde{c}\tilde{f}\acute{e}\div\tilde{i}\tilde{u}\acute{e}\ \delta\tilde{i}\tilde{a}\delta\delta\tilde{i}\tilde{a}\tilde{i}\delta\ \tilde{i}\delta}{\tilde{N}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\tilde{y}\tilde{y}\tilde{n}\delta\tilde{i}\tilde{e}\tilde{i}\tilde{n}\delta\tilde{u}\ \tilde{i}\tilde{n}\tilde{f}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{u}\delta\ \tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{\alpha}\ \delta\tilde{i}\tilde{c}\tilde{f}\acute{e}\div\tilde{i}\tilde{f}\acute{e}\ \delta\tilde{i}\delta\tilde{a}\tilde{i}\acute{a}\acute{e}\acute{e}}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.\ 10}{\tilde{N}\delta\delta.\ 23}$
2.1.3. Отдача основных средств оптовой торговли, р.	$\frac{\tilde{f}\tilde{i}\delta\tilde{i}\tilde{a}\tilde{u}\acute{e}\ \delta\tilde{i}\tilde{a}\delta\delta\tilde{i}\tilde{a}\tilde{i}\delta\ \tilde{i}\delta}{\tilde{N}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\tilde{y}\tilde{y}\tilde{n}\delta\tilde{i}\tilde{e}\tilde{i}\tilde{n}\delta\tilde{u}\ \tilde{i}\tilde{n}\tilde{f}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{u}\delta\ \tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{\alpha}\tilde{v}\delta\tilde{o}\tilde{i}\tilde{a}\tilde{e}\ \delta\tilde{i}\delta\tilde{a}\tilde{i}\acute{a}\acute{e}\acute{e}}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.\ 11}{\tilde{N}\delta\delta.\ 24}$
2.1.4. Отдача основных средств общественного питания, р.	$\frac{\delta\tilde{i}\tilde{a}\delta\delta\tilde{i}\tilde{a}\tilde{i}\delta\ \tilde{i}\delta\ \tilde{i}\tilde{a}\tilde{u}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{f}\ \tilde{i}\tilde{a}\tilde{i}\ \tilde{v}\delta\delta\tilde{a}\tilde{f}\tilde{e}\tilde{y}}{\tilde{N}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{f}\tilde{y}\tilde{y}\tilde{n}\delta\tilde{i}\tilde{e}\tilde{i}\tilde{n}\delta\tilde{u}\ \tilde{i}\tilde{n}\tilde{f}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{u}\delta\ \tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{\alpha}\ \tilde{i}\tilde{a}\tilde{u}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{i}\tilde{f}\ \tilde{i}\tilde{a}\tilde{i}\ \tilde{v}\delta\delta\tilde{a}\tilde{f}\tilde{e}\tilde{y}}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.\ 12}{\tilde{N}\delta\delta.\ 25}$

Продолжение таблицы 13

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 12)
2.1.5. Отдача основных средств заготовительной отрасли, р.	$\frac{\text{Íáíðìð ÿ ðààèèçàðèè} \\ \text{à çàáìðíàèððá èüííé ìððàñèè}}{\text{Ñðááíÿÿ ñðìèìñòü ìñíáíáó ñðááñðà} \\ \text{çàáìðíàèððá èüííé ìððàñèè}}$	$\frac{\text{Ñòð. 13}}{\text{Ñòð. 26}}$
2.1.6. Отдача основных средств промышленности, р.	$\frac{\text{Áúðð÷èáìð ðààèèçàðèè} \\ \text{ìðìèçáááííé ìðíàóèèè}}{\text{Ñðááíÿÿ ñðìèìñòü} \\ \text{ìñíáíáó ñðááñðàðíííøèáí íðè}}$	$\frac{\text{Ñòð. 14}}{\text{Ñòð. 27}}$
2.1.7. Отдача основных средств других отраслей, р.	$\frac{\text{Áúðð÷èáìð ðààèèçàðèè} \\ \text{á äðóàèððàñèè}}{\text{Ñðááíÿÿ ñðìèìñòü ìñíáíáó ñðááñðà} \\ \text{äðóàèððàñèè}}$	$\frac{\text{Ñòð. 15}}{\text{Ñòð. 25}}$
2.2. Емкость основных средств:		
2.2.1. Емкость основных средств текущей деятельности, р.	$\frac{\text{Ñðááíÿÿ ñðìèìñòü ìñíáíáó} \\ \text{ñðááñðàððàìèçàðèè}}{\text{Áìòíá ÿ ðàèóáè äàÿðàèííðè}}$	$\frac{\text{Ñòð. 21}}{\text{Ñòð. 16}}$
2.2.2. Емкость основных средств розничной торговли, р.	$\frac{\text{Ñðááíÿÿ ñðìèìñòü ìñíáíáó} \\ \text{ñðááñðàððíçì÷íé ðìðáíàèè}}{\text{Ðìçì÷íé ðíé ðíààðííáð ìð} \\ \text{ðìçì÷íé ðìðáíàèè (ñàðè)}}$	$\frac{\text{Ñòð. 23}}{\text{Ñòð. 10}}$
2.2.3. Емкость основных средств оптовой торговли, р.	$\frac{\text{Ñðááíÿÿ ñðìèìñòü ìñíáíáó ñðááñðà} \\ \text{íðíáíé ðìðáíàèè}}{\text{Íðíáíé ðíààðííáð ìð}}$	$\frac{\text{Ñòð. 24}}{\text{Ñòð. 11}}$
2.2.4. Емкость основных средств общественного питания, р.	$\frac{\text{Ñðááíÿÿ ñðìèìñòü ìñíáíáó} \\ \text{ñðááñðàððàíðàáíí íáí òèðàíè}}{\text{Áàèíáíé ðíààðííáð ìð} \\ \text{íáíñðàáíí íáí òèðàíè}}$	$\frac{\text{Ñòð. 25}}{\text{Ñòð. 12}}$
2.2.5. Емкость основных средств заготовительной отрасли, р.	$\frac{\text{Ñðááíÿÿ ñðìèìñòü ìñíáíáó} \\ \text{ñðááñðàçàáìðíàèððá èüííé ìððàñèè}}{\text{Íáíðìð ÿ ðààèèçàðèè} \\ \text{à çàáìðíàèððá èüííé ìððàñèè}}$	$\frac{\text{Ñòð. 26}}{\text{Ñòð. 13}}$

Продолжение таблицы 13

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 12)
2.2.6. Емкость основных средств промышленности, р.	$\frac{\tilde{N}\delta\acute{a}\acute{a}f\ddot{y}\ddot{y}\tilde{n}\delta i\grave{e}i\tilde{n}\delta\ddot{u}\ i\tilde{n}i\acute{t}\acute{a}i\acute{u}\delta\ \tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\tilde{a}\delta\ddot{i}\ddot{u}\phi\grave{e}\acute{a}\acute{i}\ i\tilde{n}\delta\grave{e}}{\hat{A}\acute{u}\delta\acute{o}\div\acute{e}\grave{a}i\delta\ \delta\acute{a}\grave{a}\grave{e}\grave{e}\grave{c}\grave{a}\delta\grave{e}\grave{e}\ i\delta i\grave{e}\grave{c}\acute{a}\acute{a}\acute{a}i\acute{t}\acute{i}\acute{e}\ i\delta i\grave{a}\delta\acute{o}\acute{e}\ddot{o}\grave{e}\grave{e}}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 27}{\tilde{N}\delta\delta. 14}$
2.2.7. Емкость основных средств других отраслей, р.	$\frac{\tilde{N}\delta\acute{a}\acute{a}f\ddot{y}\ddot{y}\tilde{n}\delta i\grave{e}i\tilde{n}\delta\ddot{u}\ i\tilde{n}i\acute{t}\acute{a}i\acute{u}\delta\ \tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{a}\ \grave{a}\delta\acute{o}\acute{a}\acute{e}\tilde{a}\delta\delta\grave{a}\tilde{n}\acute{e}\acute{e}\acute{a}\acute{e}}{\hat{A}\acute{u}\delta\acute{o}\div\acute{e}\grave{a}i\delta\ \delta\acute{a}\grave{a}\grave{e}\grave{e}\grave{c}\grave{a}\delta\grave{e}\grave{e}\ \acute{a}\ \grave{a}\delta\acute{o}\acute{a}\acute{e}\tilde{a}\delta\delta\grave{a}\tilde{n}\acute{e}\ddot{y}\delta}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta. 28}{\tilde{N}\delta\delta. 15}$
2.3. Интегральные показатели эффективности использования основных средств:		
2.3.1. Интегральный показатель эффективности использования основных средств текущей деятельности	$\sqrt{\frac{\tilde{n}\delta\delta. 2.1.1 \cdot \tilde{n}\delta\delta. 3.1.1 \ \acute{a}\acute{a}i\acute{t}\acute{i}\acute{e}\ \grave{o}\acute{a}\acute{a}\acute{e}\acute{e}\delta\ddot{u}}{100}}$	—
2.3.2. Интегральный показатель эффективности использования основных средств розничной торговли	$\sqrt{\frac{\tilde{n}\delta\delta. 2.1.2 \cdot \tilde{n}\delta\delta. 3.1.2 \ \acute{a}\acute{a}i\acute{t}\acute{i}\acute{e}\ \grave{o}\acute{a}\acute{a}\acute{e}\acute{e}\delta\ddot{u}}{100}}$	—
2.3.3. Интегральный показатель эффективности использования основных средств оптовой торговли	$\sqrt{\frac{\tilde{n}\delta\delta. 2.1.3 \cdot \tilde{n}\delta\delta. 3.1.3 \ \acute{a}\acute{a}i\acute{t}\acute{i}\acute{e}\ \grave{o}\acute{a}\acute{a}\acute{e}\acute{e}\delta\ddot{u}}{100}}$	—
2.3.4. Интегральный показатель эффективности использования основных средств общественного питания	$\sqrt{\frac{\tilde{n}\delta\delta. 2.1.4 \cdot \tilde{n}\delta\delta. 3.1.4 \ \acute{a}\acute{a}i\acute{t}\acute{i}\acute{e}\ \grave{o}\acute{a}\acute{a}\acute{e}\acute{e}\delta\ddot{u}}{100}}$	—

Продолжение таблицы 13

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 12)
2.3.5. Интегральный показатель эффективности использования основных средств заготовительной отрасли	$\sqrt{\frac{\bar{n}\delta\delta. 2.1.5 \cdot \bar{n}\delta\delta. 3.1.5 \text{ ääííé } \delta\grave{a}\acute{a}\grave{e}\grave{e}\grave{o}\grave{u}}{100}}$	—
2.3.6. Интегральный показатель эффективности использования основных средств производства	$\sqrt{\frac{\bar{n}\delta\delta. 2.1.6 \cdot \bar{n}\delta\delta. 3.1.6 \text{ ääííé } \delta\grave{a}\acute{a}\grave{e}\grave{e}\grave{o}\grave{u}}{100}}$	—
2.3.7. Интегральный показатель эффективности использования основных средств других отраслей	$\sqrt{\frac{\bar{n}\delta\delta. 2.1.7 \cdot \bar{n}\delta\delta. 3.1.7 \text{ ääííé } \delta\grave{a}\acute{a}\grave{e}\grave{e}\grave{o}\grave{u}}{100}}$	—
<b>3. Показатели рентабельности, доходности и вооруженности основными средствами</b>		
3.1. Показатели рентабельности основных средств:		
3.1.1. Рентабельность основных средств текущей деятельности, %	$\frac{\bar{I}\delta e\acute{a}\acute{u}\grave{e}\grave{u} \text{ } \grave{i}\delta \text{ } \delta\acute{a}\acute{e}\delta\acute{o}\acute{u}\acute{a}\acute{e} \text{ } \acute{a}\acute{y}\delta\delta\acute{a}\acute{e}\acute{u}\acute{i}\acute{n}\delta\grave{o}}{\bar{N}\delta\acute{a}\acute{a}\acute{y}\acute{y} \bar{n}\delta\grave{i}\grave{e}\acute{i}\acute{n}\delta\grave{o}\acute{u} \text{ } \acute{i}\acute{n}\acute{i}\acute{a}\acute{i}\acute{u}\delta \text{ } \bar{n}\delta\acute{a}\acute{u}\bar{n}\delta\acute{a}\delta\acute{i}\acute{c}\acute{i}\acute{e}\div\acute{i}\acute{t}\acute{e} \text{ } \delta\acute{i}\delta\acute{a}\acute{i}\acute{a}\acute{e}\acute{e}}$	$\frac{\bar{N}\delta\delta. 2}{\bar{N}\delta\delta. 21} \cdot 100\%$
3.1.2. Рентабельность основных средств розничной торговли, %	$\frac{\bar{I}\delta e\acute{a}\acute{u}\grave{e}\grave{u} \text{ } \grave{i}\delta \text{ } \delta\acute{a}\acute{e}\grave{e}\grave{c}\grave{a}\delta\grave{o}\grave{e}\grave{e} \text{ } \acute{a} \text{ } \delta\acute{i}\acute{c}\acute{i}\acute{e}\div\acute{i}\acute{t}\acute{e} \text{ } \delta\acute{i}\delta\acute{a}\acute{i}\acute{a}\acute{e}\acute{a}}{\bar{N}\delta\acute{a}\acute{a}\acute{y}\acute{y} \bar{n}\delta\grave{i}\grave{e}\acute{i}\acute{n}\delta\grave{o}\acute{u} \text{ } \acute{i}\acute{n}\acute{i}\acute{a}\acute{i}\acute{u}\delta \text{ } \bar{n}\delta\acute{a}\acute{u}\bar{n}\delta\acute{a}\delta\acute{i}\acute{c}\acute{i}\acute{e}\div\acute{i}\acute{t}\acute{e} \text{ } \delta\acute{i}\delta\acute{a}\acute{i}\acute{a}\acute{e}\acute{e}} \cdot 100\%$	$\frac{\bar{N}\delta\delta. 3}{\bar{N}\delta\delta. 23} \cdot 100\%$
3.1.3. Рентабельность основных средств оптовой торговли, %	$\frac{\bar{I}\delta e\acute{a}\acute{u}\grave{e}\grave{u} \text{ } \grave{i}\delta \text{ } \delta\acute{a}\acute{e}\grave{e}\grave{c}\grave{a}\delta\grave{o}\grave{e}\grave{e} \text{ } \acute{a} \text{ } \acute{i}\acute{r}\delta\acute{i}\acute{a}\acute{i}\acute{e} \text{ } \delta\acute{i}\delta\acute{a}\acute{i}\acute{a}\acute{e}\acute{a}}{\bar{N}\delta\acute{a}\acute{a}\acute{y}\acute{y} \bar{n}\delta\grave{i}\grave{e}\acute{i}\acute{n}\delta\grave{o}\acute{u} \text{ } \acute{i}\acute{n}\acute{i}\acute{a}\acute{i}\acute{u}\delta \text{ } \bar{n}\delta\acute{a}\acute{u}\bar{n}\delta\acute{a}\acute{r}\delta\acute{i}\delta\acute{i}\acute{a}\acute{i}\acute{e} \text{ } \delta\acute{i}\delta\acute{a}\acute{i}\acute{a}\acute{e}\acute{e}} \cdot 100\%$	$\frac{\bar{N}\delta\delta. 4}{\bar{N}\delta\delta. 24} \cdot 100\%$

Продолжение таблицы 13

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 12)
3.1.4. Рентабельность основных средств общественного питания, %	$\frac{\text{Ἰδεαίνεῦ ἰὸ δᾶὰἐἐçàðèè} \atop \text{ᾱἰάῦᾰñðᾱᾱἰἰ ἰἰ ἰèðᾱἰἔè} \cdot 100\%}{\text{Ñðᾱἰἑῡῡ ñðἰἔἰἰñðῡ ἰñἰἰᾱἰῡð} \atop \text{ñðᾱᾰñðᾱᾰñðᾱᾰñðᾱᾱἰἰ ἰᾱἰ ἰèðᾱἰἔῡ}}$	$\frac{\text{Ñòð. 5}}{\text{Ñòð. 25}} \cdot 100\%$
3.1.5. Рентабельность основных средств заготовительной отрасли, %	$\frac{\text{Ἰδεαίνεῦ ἰὸ δᾶὰἐἐçàðèè} \atop \text{ᾱ çᾱἰᾱἰðἰᾱèðᾱ èῡἰἰἔ ἰððᾱñèè} \cdot 100\%}{\text{Ñðᾱἰἑῡῡ ñðἰἔἰἰñðῡ ἰñἰἰᾱἰῡð} \atop \text{ñðᾱᾰñðᾱçᾱᾱἰðἰᾱèðᾱ èῡἰἰἔ ἰððᾱñèè}}$	$\frac{\text{Ñòð. 6}}{\text{Ñòð. 26}} \cdot 100\%$
3.1.6. Рентабельность основных средств промышленности, %	$\frac{\text{Ἰδεαίνεῦ ἰὸ δᾶὰἐἐçàðèè} \atop \text{ᾱ ἰðἰἰῡðἔᾱἰἰ ἰñðè} \cdot 100\%}{\text{Ñðᾱἰἑῡῡ ñðἰἔἰἰñðῡ ἰñἰἰᾱἰῡð} \atop \text{ñðᾱᾰñðᾱᾰñðἰἰῡðἔᾱἰἰ ἰñðè}}$	$\frac{\text{Ñòð. 7}}{\text{Ñòð. 27}} \cdot 100\%$
3.1.7. Рентабельность основных средств других отраслей, %	$\frac{\text{Ἰδεαίνεῦ ἰὸ δᾶὰἐἐçàðèè} \atop \text{ᾱ ᾱðᾱἔᾱἔᾱððᾱñἔῡð} \cdot 100\%}{\text{Ñðᾱἰἑῡῡ ñðἰἔἰἰñðῡ ἰñἰἰᾱἰῡð} \atop \text{ñðᾱᾰñðᾱᾰñðᾱἔᾱἔᾱððᾱñἔᾱἔἔ}}$	$\frac{\text{Ñòð. 8}}{\text{Ñòð. 28}} \cdot 100\%$
3.2. Показатели доходности основных средств:		
3.2.1. Доходность основных средств текущей деятельности, р.	$\frac{\text{Ἀἰἰἰᾱῦ ἰἰ ðᾱἔᾱῡᾱἔἔ ᾱᾱῡðᾱἔῡἰἰñðè} \atop \text{Ñðᾱἰἑῡῡ ñðἰἔἰἰñðῡ ἰñἰἰᾱἰῡð} \atop \text{ñðᾱᾰñðᾱᾰñðᾱἰἔçᾱðèè}}$	$\frac{\text{Ñòð. 16}}{\text{Ñòð. 21}}$
3.2.2. Доходность основных средств розничной торговли, р.	$\frac{\text{Ἀᾱἔἰᾱἔἔ ᾱἰἰᾱῦ ἰὸ δᾶὰἐἐçðèè} \atop \text{ᾱ ðἰçἰἔ-ἰἰἔ ðἰðᾱἰᾱἔᾱ} \cdot 100\%}{\text{Ñðᾱἰἑῡῡ ñðἰἔἰἰñðῡ ἰñἰἰᾱἰῡð} \atop \text{ñðᾱᾰñðᾱðἰçἰἔ-ἰἰἔ ðἰðᾱἰᾱἔᾱ}}$	$\frac{\text{Ñòð. 17}}{\text{Ñòð. 23}}$
3.2.3. Доходность основных средств оптовой торговли, р.	$\frac{\text{Ἀᾱἔἰᾱἔἔ ᾱἰἰᾱῦ ἰὸ δᾶὰἐἐçðèè} \atop \text{ᾱ ἰἰἰἰᾱἔἔ ðἰðᾱἰᾱἔᾱ} \cdot 100\%}{\text{Ñðᾱἰἑῡῡ ñðἰἔἰἰñðῡ ἰñἰἰᾱἰῡð} \atop \text{ñðᾱᾰñðᾱἰἰἰᾱἔἔ ðἰðᾱἰᾱἔᾱ}}$	$\frac{\text{Ñòð. 18}}{\text{Ñòð. 24}}$
3.2.4. Доходность основных средств общественного питания, р.	$\frac{\text{Ἀᾱἔἰᾱἔἔ ᾱἰἰᾱῦ ἰᾱῡᾰñðᾱᾱἰἰ ἰᾱἰ} \atop \text{ἰèðᾱἰἔῡ} \cdot 100\%}{\text{Ñðᾱἰἑῡῡ ñðἰἔἰἰñðῡ ἰñἰἰᾱἰῡð} \atop \text{ñðᾱᾰñðᾱᾰñðᾱᾰñðᾱᾱἰἰ ἰᾱἰ ἰèðᾱἰἔῡ}}$	$\frac{\text{Ñòð. 19}}{\text{Ñòð. 25}}$

Продолжение таблицы 13

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 12)
3.2.5. Доходность основных средств заготовительной отрасли, р.	$\frac{\hat{A}\hat{a}\hat{e}\hat{i}\hat{a}\hat{i}\hat{e} \hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{a} \hat{\varsigma}\hat{a}\hat{\alpha}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{a}\hat{e}\hat{o}\hat{a} \hat{e}\hat{u}\hat{i}\hat{f}\hat{e} \hat{i}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{e}}{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{y}\hat{y} \hat{n}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{u} \hat{i}\hat{n}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{i}\hat{u}\hat{o} \hat{n}\hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{n}\hat{o}\hat{\alpha}\hat{\varsigma}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{a}\hat{e}\hat{o}\hat{a} \hat{e}\hat{u}\hat{i}\hat{f}\hat{e} \hat{i}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{e}}$	$\frac{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 20}{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 26}$
3.2.6. Доходность основных средств промышленности, р.	$\frac{\hat{A}\hat{u}\hat{\delta}\hat{o} \div \hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{o} \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{e}\hat{e}\hat{\varsigma}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{e} \hat{i}\hat{\delta}\hat{e}\hat{\varsigma}\hat{a}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{e} \hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{e}}{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{y}\hat{y} \hat{n}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{u} \hat{i}\hat{n}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{i}\hat{u}\hat{o} \hat{n}\hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{n}\hat{o}\hat{\alpha}\hat{i}\hat{\delta}\hat{i}\hat{u}\hat{\phi}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{f} \hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{e}}$	$\frac{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 14}{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 27}$
3.2.7. Доходность основных средств других отраслей, р.	$\frac{\hat{A}\hat{u}\hat{\delta}\hat{o} \div \hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{o} \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{e}\hat{e}\hat{\varsigma}\hat{a}\hat{o}\hat{e}\hat{e} \hat{a}\hat{a}\hat{\delta}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{\alpha}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{y}\hat{o}}{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{y}\hat{y} \hat{n}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{u} \hat{i}\hat{n}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{i}\hat{u}\hat{o} \hat{n}\hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{n}\hat{o}\hat{\alpha}\hat{i}\hat{\delta}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{\alpha}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{e}}$	$\frac{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 15}{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 28}$
3.3. Показатели вооруженности работников основными средствами:		
3.3.1. Вооруженность работников розничной торговли основными средствами, тыс. р.	$\frac{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{y}\hat{y} \hat{n}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{u} \hat{i}\hat{n}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{i}\hat{u}\hat{o} \hat{n}\hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{n}\hat{o}\hat{\alpha}\hat{\delta}\hat{i}\hat{\varsigma}\hat{f}\hat{e} \div \hat{f}\hat{f}\hat{e} \hat{o}\hat{i}\hat{\delta}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{e}\hat{e}}{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{m} \div \hat{i}\hat{a}\hat{y} \div \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \hat{u} \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \hat{\delta}\hat{i}\hat{\varsigma}\hat{f}\hat{e} \div \hat{f}\hat{f}\hat{e} \hat{o}\hat{i}\hat{\delta}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{e}\hat{e}}$	$\frac{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 23}{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 30}$
3.3.2. Вооруженность работников оптовой торговли основными средствами, тыс. р.	$\frac{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{y}\hat{y} \hat{n}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{u} \hat{i}\hat{n}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{i}\hat{u}\hat{o} \hat{n}\hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{n}\hat{o}\hat{\alpha}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{a}\hat{i}\hat{e} \hat{o}\hat{i}\hat{\delta}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{e}\hat{e}}{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{m} \div \hat{i}\hat{a}\hat{y} \div \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \hat{u} \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{a}\hat{i}\hat{e} \hat{o}\hat{i}\hat{\delta}\hat{a}\hat{i}\hat{a}\hat{e}\hat{e}}$	$\frac{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 24}{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 31}$
3.3.3. Вооруженность работников общественного питания основными средствами, тыс. р.	$\frac{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{y}\hat{y} \hat{n}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{u} \hat{i}\hat{n}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{i}\hat{u}\hat{o} \hat{n}\hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{n}\hat{o}\hat{\alpha}\hat{i}\hat{a}\hat{u}\hat{a}\hat{n}\hat{o}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f} \hat{i}\hat{a}\hat{i} \hat{r}\hat{e}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{i}\hat{e}\hat{y}}{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{m} \div \hat{i}\hat{a}\hat{y} \div \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \hat{u} \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \hat{i}\hat{a}\hat{u}\hat{a}\hat{n}\hat{o}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f} \hat{i}\hat{a}\hat{i} \hat{r}\hat{e}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{i}\hat{e}\hat{y}}$	$\frac{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 25}{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 32}$
3.3.4. Вооруженность работников заготовительной отрасли основными средствами, тыс. р.	$\frac{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{y}\hat{y} \hat{n}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{i}\hat{n}\hat{o}\hat{u} \hat{i}\hat{n}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{i}\hat{u}\hat{o} \hat{n}\hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{n}\hat{o}\hat{\alpha}\hat{\varsigma}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{a}\hat{e}\hat{o}\hat{a} \hat{e}\hat{u}\hat{i}\hat{f}\hat{e} \hat{i}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{e}}{\tilde{N}\hat{d}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{a}\hat{n}\hat{i}\hat{e}\hat{m} \div \hat{i}\hat{a}\hat{y} \div \hat{e}\hat{n}\hat{e}\hat{a}\hat{i}\hat{f}\hat{i}\hat{n}\hat{o} \hat{u} \hat{\delta}\hat{a}\hat{a}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{e}\hat{e}\hat{i}\hat{a} \hat{\varsigma}\hat{a}\hat{\alpha}\hat{i}\hat{o}\hat{i}\hat{a}\hat{e}\hat{o}\hat{a} \hat{e}\hat{u}\hat{i}\hat{f}\hat{e} \hat{i}\hat{o}\hat{\delta}\hat{a}\hat{n}\hat{e}\hat{e}}$	$\frac{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 26}{\tilde{N}\hat{o}\hat{\delta}. 33}$

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета (строки указаны из таблицы 12)
3.3.5. Вооруженность работников промышленности основными средствами, тыс. р.	$\frac{\tilde{N}\delta\acute{a}\acute{a}t\ddot{y}y\ \tilde{n}\delta i\grave{e}i\tilde{n}\delta\ddot{u}\ \ i\tilde{n}i\acute{f}i\acute{a}i\acute{u}\delta}{\tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{d}\ddot{i}\ddot{u}\phi\acute{e}\acute{a}\acute{i}\ \ i\tilde{n}\delta\grave{e}}$ $\frac{\tilde{N}\delta\acute{a}\acute{a}i\tilde{a}\tilde{n}\ddot{i}\tilde{e}\tilde{m}:-i\acute{a}\ddot{y}\ \div\ \grave{e}\tilde{n}\acute{e}\acute{a}\acute{i}\tilde{i}\tilde{n}\delta\ \ddot{u}}{\delta\acute{a}\acute{a}i\delta i\grave{e}\acute{e}\acute{i}\acute{a}\ \ i\delta\ddot{i}\ddot{u}\phi\acute{e}\acute{a}\acute{i}\ \ i\tilde{n}\delta\grave{e}}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.\ 27}{\tilde{N}\delta\delta.\ 34}$
3.3.6. Вооруженность работников других отраслей основными средствами, тыс. р.	$\frac{\tilde{N}\delta\acute{a}\acute{a}t\ddot{y}y\ \tilde{n}\delta i\grave{e}i\tilde{n}\delta\ddot{u}\ \ i\tilde{n}i\acute{f}i\acute{a}i\acute{u}\delta}{\tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{a}\tilde{n}\delta\acute{a}\tilde{d}\delta\acute{o}\acute{a}\grave{e}\tilde{a}\delta\delta\delta\grave{a}\tilde{n}\acute{e}\acute{e}}$ $\frac{\tilde{N}\delta\acute{a}\acute{a}i\tilde{a}\tilde{n}\ddot{i}\tilde{e}\tilde{m}:-i\acute{a}\ddot{y}\ \div\ \grave{e}\tilde{n}\acute{e}\acute{a}\acute{i}\tilde{i}\tilde{n}\delta\ \ddot{u}}{\delta\acute{a}\acute{a}i\delta i\grave{e}\acute{e}\acute{i}\acute{a}\ \ \acute{a}\delta\delta\acute{a}\grave{e}\tilde{a}\delta\delta\delta\grave{a}\tilde{n}\acute{e}\acute{e}}$	$\frac{\tilde{N}\delta\delta.\ 28}{\tilde{N}\delta\delta.\ 35}$

Анализ показателей эффективности использования основных средств организации необходимо проводить в динамике за ряд лет, а также в сравнении со среднерыночными (отраслевыми) показателями.

Критериальным (основным) показателем использования основных средств является их отдача, отражающая, сколько рублей доходов (товарооборота) дает использование основных средств. Если этот показатель растет, то, следовательно, растет и эффективность использования основных средств.

Не менее важен в этой системе показатель рентабельности основных средств (прибыльности основных средств), отражающий насколько прибыльно используются средства (инвестиции), вложенные в основные средства. Он отражает эффективность инвестиций. Более точную картину эффективности использования основных средств торговой организации дают такие частные и вспомогательные показатели, как товарооборот и прибыль на 1 м<sup>2</sup> торговой площади, на один торговый объект.

При оценке эффективности основных средств необходимо проверить соблюдение экономических пропорций между показателями отдачи основных средств, вооруженности основными средствами и производительности труда.

Показатель вооруженности работников основными средствами отражает степень обеспеченности работников торговой организации средствами и предметами труда. Рост вооруженности основными средствами должен вести к росту эффективности использования основных средств и, следовательно, всей социально-экономической эффективности деятельности. Но это не всегда происходит, особенно в



кризисных условиях, поэтому положительно оценивать рост вооруженности основными средствами можно лишь в случае опережающих темпов роста производительности труда по сравнению с ней. В этом случае отдача основных средств организации будет расти, что можно представить следующим образом:

$$T_{\text{ВОС}} < T_{\text{ПТ}} \rightarrow \uparrow \text{ОС},$$

где  $T_{\text{ВОС}}$  – темп роста итоговой вооруженности основными средствами, %;

$T_{\text{ПТ}}$  – темп роста итоговой производительности труда, %;

$\text{ОС}$  – итоговая отдача основных средств, р.

Иначе говоря, для роста отдачи основных средств необходимо, чтобы производительность труда росла быстрее его вооруженности. Для совершенствования оценки эффективности использования средств организации, экономические пропорции необходимо рассчитывать не только между итоговыми показателями отдачи основных средств, вооруженности основными средствами и производительности труда, но и между показателями эффективности конкретных отраслей, в частности, торговли. Это будет способствовать выявлению тенденций роста или снижения эффективности использования основных средств в разрезе конкретных отраслей и определению резервов и путей роста эффективности на перспективу.

2. *Оценка эффективности использования объектов розничной и оптовой торговли* проводится по следующим показателям:

- товарооборот на 1 м<sup>2</sup> торговой (складской) площади;
- прибыль на 1 м<sup>2</sup> торговой (складской) площади;
- доля торговой (складской) площади в общем объеме и ее изменение;
- товарооборот в среднем на один магазин;
- прибыль в среднем на один магазин.

3. *Оценка показателей обеспеченности населения и торговой организации торговыми площадями* проводится с использованием показателей:

- торговая площадь в среднем на один магазин и ее изменение в динамике;
- торговая площадь на 1 тысячу жителей обслуживаемого населения, ее изменение в динамике и соответствие нормативу.

#### 5.5.4. Оценка влияния факторов на эффективность использования материально-технической базы. Направления повышения эффективности использования материально-технической базы организации

Основными факторами, влияющими на эффективность использования материально-технической базы являются факторы, влияющие на изменение основного показателя эффективности использования основных средств – их отдачи. Это изменение товарооборота и средней стоимости основных средств:

$$\Delta \hat{O} \hat{I}_{\bar{O}} = \frac{\hat{O}_1}{\hat{I} \hat{O}_1} - \frac{\hat{O}_0}{\hat{I} \hat{O}_0};$$

$$\Delta \hat{O} \hat{I}_{\bar{O}} = \frac{\hat{O}_0}{\hat{I} \hat{O}_1} - \frac{\hat{O}_0}{\hat{I} \hat{O}_0}.$$

где  $\Delta \Phi O_T$  – изменение отдачи основных средств за счет изменения товарооборота, р.;

$\Delta \hat{O} \hat{I}_{\bar{O}}$  – изменение отдачи основных средств под влиянием изменения средней стоимости основных средств, р.;

$T_1, T_0$  – товарооборот организации в отчетном и предшествующем периодах, тыс. р.;

$\hat{I} \hat{O}_1, \hat{I} \hat{O}_0$  – средняя стоимость основных средств в отчетном и предшествующем периодах, тыс. р.

Кроме этого, на этом этапе определяется доля прироста товарооборота и прибыли за счет эффективности использования материально-технической базы:

$$\Delta \hat{O}(\hat{I})_{\bar{O}} = \left( 1 - \frac{\hat{O}_1 \hat{I} \hat{O}_0 - \hat{O}_0 \hat{I} \hat{O}_1}{\hat{O}_1 \hat{I} \hat{O}_1 - \hat{O}_0 \hat{I} \hat{O}_0} \right) \cdot 100.$$

### *Пример*

Темп прироста торговой площади 12%, темп прироста товарооборота 15%. Рассчитать долю прироста розничного товарооборота за счет эффективности использования материально-технической базы можно следующим образом:

$$\left(1 - \frac{12}{15}\right) \cdot 100 = 20\% .$$

Таким образом, за счет роста эффективности использования материально-технической базы, товарооборот увеличился на 20%.

Основными путями повышения эффективности использования материально-технической базы торговли являются следующие:

- сокращение сроков ввода в эксплуатацию новых торговых объектов, сокращение сроков ремонта, освоения оборудования;
- увеличение пропускной способности торговых залов за счет внедрения инновационных методов продаж, увеличения торговых площадей;
- увеличение сменности работы, переход на бесперерывный режим работы;
- совершенствование системы стимулирования труда торговых работников и др.

## **5.6. Современные направления перспективного развития материально-технической базы торговли. Определение потребности в расширении торговых площадей**

Перспективное развитие материально-технической базы торговли должно основываться на следующих принципах:

- обеспечение высокого уровня торгового обслуживания;
- создание условий для роста объемов продаж и прибыли;
- рациональное размещение розничной торговой сети в соответствии с плотностью обслуживаемого населения и основными потоками его движения;
- повышение эффективности инвестиций в развитие материально-технической базы.

Объектами планирования материально-технической базы в торговле являются:

- торговая сеть;

- складское хозяйство;
- техническое оснащение;
- транспорт.

Основой перспективного развития материально-технической базы является финансовое положение конкретной организации. Если оно стабильно, то расширение и модернизация материально-технической базы проводится за счет чистой прибыли, амортизационного фонда и долгосрочных кредитов банка на основании предоставленного бизнес-плана, а также за счет аренды помещений и лизинга оборудования.

Планирование развития торговой сети на государственном уровне осуществляется на основании установленного социального стандарта по обслуживанию населения в области торговли. Этот стандарт определен постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 724 от 30 мая 2003 г. (с учетом изменений). С 2011 г. этот стандарт представляет собой норматив торговой площади на 1 тысячу жителей обслуживаемого населения не менее 600 м<sup>2</sup> в целом по Республике Беларусь до конца 2015 г.

Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. предусмотрено увеличение норматива до 650 м<sup>2</sup> на 1000 чел. к 2030 г., основными положениями Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. до 620 м<sup>2</sup> на 1000 чел. к 2020 г.

В населенных пунктах с населением более 200 чел. должно быть не менее одного магазина по торговле смешанными товарами; до 200 чел., если нет стационарной торговой сети, обслуживание должно осуществляться через автомагазины, мелкую розницу или магазины ближайших поселений.

Охват транспортным обслуживанием (с учетом железнодорожного транспорта и внутреннего водного транспорта в навигационный период) населенных пунктов с численностью населения:

- от 20 до 50 чел. 100% с обязательным выполнением не менее 4 рейсов в неделю;
- свыше 50 чел. 100% с обязательным выполнением не менее 8 рейсов в неделю.

Для конкретных районов республики норматив торговой площади на 1000 жителей может корректироваться с учетом товарооборота на одного жителя:

$$\frac{\dot{I}\delta\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}}{\delta\grave{\alpha}\epsilon\acute{\iota}\acute{\alpha}} = \frac{\tilde{N}\tilde{\iota}\tilde{\sigma}\epsilon\grave{\alpha}\epsilon\ddot{\iota}\acute{\iota}\acute{\epsilon}}{\tilde{n}\delta\grave{\alpha}\acute{\iota}\alpha\delta\delta\delta} \cdot \sqrt{\frac{\dot{O}\acute{\iota}\alpha\grave{\alpha}\delta\tilde{\eta}\acute{\alpha}\dot{\iota}\delta \ \dot{\iota}\delta \ \acute{\iota}\alpha \ \acute{\iota}\alpha\tilde{\eta}\acute{\alpha}\acute{\iota}}{\alpha\epsilon\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\ddot{\gamma} \ \delta\grave{\alpha}\epsilon\acute{\iota}\acute{\alpha}}} \cdot \sqrt{\frac{\dot{O}\acute{\iota}\alpha\grave{\alpha}\delta\tilde{\eta}\acute{\alpha}\dot{\iota}\delta \ \dot{\iota}\delta \ \acute{\iota}\alpha \ \acute{\iota}\alpha\tilde{\eta}\acute{\alpha}\acute{\iota}}{\alpha\epsilon\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\ddot{\gamma} \ \acute{\iota}\alpha\epsilon\grave{\alpha}\tilde{n}\delta\epsilon}} \cdot$$

На основании нормативов определяется *потребность в торговой площади конкретной организации торговли на перспективу* по следующей формуле:

$$\dot{I}\delta\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha} \ \ddot{u} = \frac{\dot{I}\delta\dot{\iota}\alpha\tilde{\eta}\zeta\acute{\alpha}\grave{\gamma} \ \div \epsilon\tilde{n}\epsilon\acute{\alpha}\acute{\iota}\tilde{\eta}\tilde{n}\delta \ \ddot{u}}{\acute{\iota}\alpha\tilde{n}\epsilon\acute{o}\alpha\epsilon\grave{\alpha}\acute{\alpha}\acute{\iota}\tilde{\eta}\tilde{\alpha}\acute{\iota} \ \acute{\iota}\delta\grave{\alpha}\acute{\iota}\epsilon\zeta\grave{\alpha}\delta\epsilon \ \acute{\alpha}\acute{\epsilon}} \cdot \frac{\dot{I}\delta\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}}{1000} \cdot$$

*Прирост торговой площади для нового строительства, реконструкции или аренды* определяется по следующей формуле:

$$\Delta TП = П_{ТС} - TS_{н} + TS_{выб} - TS_{ввод} ,$$

где  $\Delta TП$  – прирост торговой площади, м<sup>2</sup>;

$П_{ТС}$  – потребность в торговой площади, м<sup>2</sup>;

$TS_{н}$  – торговая площадь на начало периода, м<sup>2</sup>;

$TS_{выб}$  – торговая площадь, выбывшая по причине сноса, продажи или передачи торговых объектов, м<sup>2</sup>;

$TS_{ввод}$  – торговая площадь, введенная в эксплуатацию в результате реконструкции либо по другим причинам, м<sup>2</sup>.

## Тема 6. ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА ОРГАНИЗАЦИИ

### 6.1. Понятие и классификация оборотных средств

Для осуществления хозяйственной деятельности организации должны располагать не только основными, но и оборотными средствами.

*Оборотные средства (краткосрочные активы)* – денежные средства, авансированные в предметы и средства труда, средства обращения, а также реальные денежные средства.

К *предметам труда* относится сырье, материалы, топливо, незавершенное производство, расходы будущих периодов, к *средствам труда* – предметы со сроком использования до 1 года, запасные части для ремонта, спецодежда и др.). Их отличительной особенностью является то, что они полностью переносят свою стоимость на стоимость готовой продукции.

*Средства обращения* – это готовая продукция в производственных организациях, товары в организациях торговли и общественного питания, сельскохозяйственные продукты и сырье в заготовительных организациях, а также денежные средства в кассе (в пути, на счетах в банках) и вложенные в краткосрочные ценные бумаги. Их особенность заключается в том, что они в процессе реализации продукции и товаров переходят из денежной формы в товарную и наоборот.

Оборотные средства классифицируются по трем признакам:

- в зависимости от участия в процессе производства и реализации;
- в зависимости от организации учета и планирования;
- по источникам формирования.

В зависимости от участия в процессе производства и реализации оборотные средства подразделяются следующим образом:

- на предметы и средства труда;
- на средства обращения.

В зависимости от организации учета и планирования оборотные средства бывают:

- нормируемые;
- ненормируемые.

Оборотные средства, размер которых может быть точно определен и зафиксирован, называются *нормируемыми*. К ним относятся запасы товаров, сырья, материалов, топлива, готовой продукции, хозяйственных материалов, малоценного инвентаря, спецодежды, денежных средств в кассе.

Оборотные средства, размер которых определить невозможно и нецелесообразно, называются *ненормируемыми*. Это товары и готовая продукция, отгруженные покупателям, денежные средства на счетах в банках, средства в расчетах, средства, вложенные в краткосрочные ценные бумаги.

По источникам формирования оборотные средства бывают:

- собственные;
- заемные;
- привлеченные.

*Собственные средства* – это уставный, амортизационный и паевой фонды организаций, а также нераспределенная прибыль. Собст-

венные средства участвуют в кругообороте только той организации, к которой они относятся. Они выделяются для создания постоянных запасов сырья, товаров, готовой продукции, организации имеют право самостоятельно их размещать, планировать, использовать.

Для нормального финансирования хозяйственной деятельности организации должны располагать собственными оборотными средствами в размере не менее 30% фактических запасов и затрат.

*Заемные средства* – это кредиты банков, привлекаемые для формирования товарно-материальных ценностей и других активов.

Кроме плановых источников (собственные средства, кредиты банков), в обороте организаций используются внеплановые источники, которые называют привлеченными средствами. К ним относятся кредиторская задолженность поставщикам и другим организациям, учреждениям, задолженность сдатчикам сельхозпродукции, персоналу по оплате труда, финансовым органам по налогам др.

## **6.2. Состав и структура оборотных средств**

Соотношение между отдельными частями оборотных средств характеризует их структуру.

Оборотные средства состоят из:

- запасов товаров;
- тары;
- денежных средств;
- прочих активов;
- средств в расчетах.

Основным элементом оборотных средств в торговле являются *товарные запасы*, основная масса которых сосредоточена в розничной торговой сети, незначительная – в оптовых организациях.

Движение товаров вызывает и движение тары. *Оборотная тара* должна возвращаться поставщикам или сдаваться тарособирающим организациям. *Инвентарная тара* находится в постоянном пользовании торговой организации.

Составной частью оборотных средств являются денежные средства, находящиеся в кассе, на счетах в банках и в пути.

*Группа «Прочие активы»* включает различные предметы материально-технического оснащения (малоценный инвентарь, хозяйственные материалы, спецодежда, специальные инструменты и приспособления), расходы будущих периодов, подотчетные суммы.

*Средства в расчетах* – это задолженность покупателей за реализованные им товары (по расчетным документам, переданным в банк); задолженность покупателей за товары, проданные им в кредит; различная дебиторская задолженность.

Характерной особенностью оборотных средств сферы обращения является то, что подавляющая их часть авансирована в запасы товарно-материальных ценностей (товары, сырье, топливо и др.), т. е. находится в товарной форме, а меньшая часть – в денежной (денежные средства в кассе, в пути, на счетах в банках, в расчетах).

### **6.3. Показатели экономической эффективности использования оборотных средств**

Эффективность использования оборотных средств характеризуется скоростью их оборота, т. е. временем, затрачиваемым на последовательное прохождение оборотными активами всех стадий кругооборота продукции и денег.

Эффективность использования оборотных средств зависит от их размеров, а также от объемов продаж и выражается такими показателями, как:

- коэффициент оборачиваемости;
- длительность одного оборота;
- коэффициент загрузки оборотных средств;
- рентабельность оборотных средств.

*Коэффициент оборачиваемости* – количество оборотов, совершаемых оборотными средствами за определенный период (год, полугодие, квартал). Он определяется как отношение суммы выручки (товарооборота) или объема реализованной продукции к средней стоимости оборотных средств.

*Длительность одного оборота* – время, в течение которого совершается один оборот (оборачиваемость в днях). Оборачиваемость оборотных средств в днях определяется делением средней стоимости оборотных средств на однодневный товарооборот или выручку или как отношение количества дней в периоде к коэффициенту оборачиваемости.

*Коэффициент загрузки оборотных средств* – отношение средней стоимости оборотных средств к выручке (товарообороту) или объему реализованной продукции.

*Рентабельность оборотных средств* – процентное отношение прибыли к средней стоимости оборотных средств.



Фактическую оборачиваемость можно рассчитать как по всей совокупности оборотных средств организации, так и по отдельным элементам, плановую оборачиваемость – только по нормируемым оборотным средствам (в целом и по отдельным элементам).

При ускорении оборачиваемости потребность организации в оборотных средствах уменьшается, вследствие чего происходит высвобождение определенной их части. И наоборот, при замедлении оборачиваемости увеличивается потребность в оборотных средствах.

Высвобождение или дополнительное привлечение средств по сравнению с базисным периодом определяют путем умножения суммы однодневного оборота (выручки) отчетного периода на количество дней ускорения или замедления оборачиваемости оборотных средств.

#### **6.4. Пути повышения эффективности использования оборотных средств**

Основными путями повышения эффективности использования оборотных средств организации являются:

- совершенствование товароснабжения (снабжения сырьем и материалами) и нормализация размеров оборотных средств путем сокращения звенности и рационализации путей товародвижения;
- соблюдение графиков завоза товаров, соответствие ассортимента товаров заявкам, ускорение приемки товаров;
- экономически обоснованное распределение товарных запасов между оптом и розницей, умелое маневрирование товарными запасами, своевременное их перераспределение;
- полное и ритмичное выполнение планов хозяйственной деятельности;
- упорядочение сбора, хранения и возврата порожней тары;
- совершенствование расчетов с поставщиками и покупателями;
- улучшение претензионной работы, применение экономических санкций;
- ускорение оборота денежных средств за счет улучшения инкассации торговой выручки, строгого соблюдения лимитов остатков денежных средств в кассах организаций;
- сведение к минимуму запасов материалов, запасных частей, малочисленных и быстроизнашивающихся предметов, сокращение подотчетных сумм, расходов будущих периодов и т. д.;

- всемерная минимизация дебиторской задолженности, принятие мер к быстрейшему ее взысканию;
- предотвращение использования собственных оборотных средств на внеплановые цели.

## Раздел III. ТОВАРООБОРОТ ОРГАНИЗАЦИИ

### Тема 7. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ТОВАРООБОРОТА. АНАЛИЗ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА

#### 7.1. Сущность и виды товарооборота. Розничный товарооборот: понятие, состав, классификация

*На макроуровне* товарооборот представляет собой стоимость реализованных товаров населению всеми организациями национальной экономики и индивидуальными предпринимателями, а также стоимость реализованных товаров организациями торговли другим организациям для перепродажи и собственных нужд.

*На уровне организации* товарооборот представляет собой объем продажи товаров в денежном выражении за определенный период времени.

Классификация товарооборота по видам торговли и предпринимательства представлена на рисунке 32.

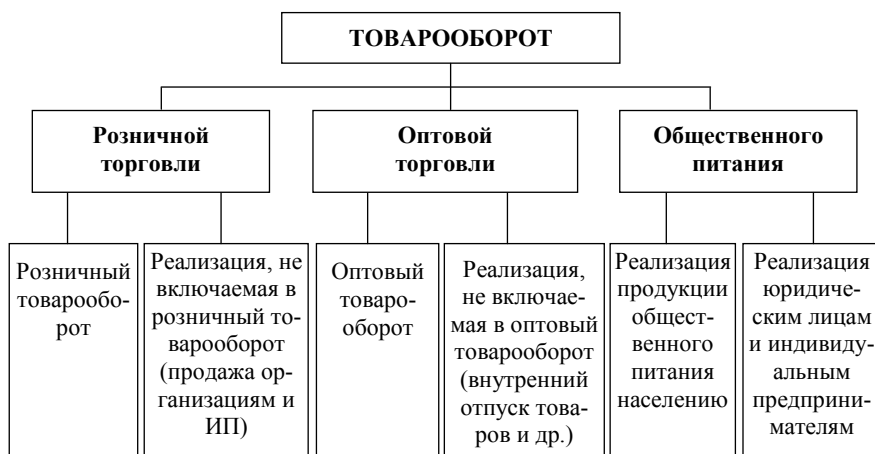


Рисунок 32 – Классификация товарооборота по отраслям

Розничный товарооборот как экономическая категория выражается экономическими отношениями, связанными, с обменом денег населения на товары и услуги.

Как количественный показатель национальной экономики РТО представляет собой объем товарной массы, которая под воздействием законов спроса и предложения перемещается из сферы производства в сферу потребления.

Как показатель деятельности организаций РТО представляет собой объем продаж товаров населению за определенный период времени.

Согласно Указаниям по заполнению формы государственной статистической отчетности 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле», розничным товарооборотом является стоимость товаров, реализованных населению за наличный и безналичный расчет торговыми организациями, другими организациями, индивидуальными предпринимателями для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Состав РТО определен указаниями по заполнению формы статистической отчетности 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле».

Состав РТО представлен на рисунке 33.



Рисунок 33 – Состав розничного товарооборота

РТО классифицируется по ряду признаков, основными из которых являются:

- форма собственности;
- форма организации торговли;
- вид предпринимательства;
- товарная структура и др. (рисунок 34).

КЛАССИФИКАЦИЯ	
По формам собственности	Розничный товарооборот государственной торговли. Розничный товарооборот частной торговли. Розничный товарооборот иностранной торговли
По формам организации торговли	Розничный товарооборот торговых организаций. Розничный товарооборот торговых мест на рынках и торговых центров
По месту реализации товара	Розничный товарооборот по продаже товаров в торговых объектах. Розничный товарооборот по продаже товаров вне торговых объектов
По формам расчетов	Розничный товарооборот по продаже товаров за наличный расчет. Розничный товарооборот по продаже товаров по безналичному расчету
По территориальному признаку	Розничный товарооборот в городах. Розничный товарооборот в сельской местности
По макро-структуре	Розничный товарооборот по продаже продовольственных товаров (пищевых продуктов, напитков и табачных изделий). Розничный товарооборот по продаже непродовольственных товаров
По микро-структуре	Розничный товарооборот по продаже отдельных групп продовольственных товаров. Розничный товарооборот по продаже отдельных групп непродовольственных товаров
По стране-изготовителю товара	Розничный товарооборот по продаже товаров отечественного производства. Розничный товарооборот по продаже товаров импортного производства

Рисунок 34 – Классификация розничного товарооборота

Не включается в РТО стоимость:

- товаров, проданных за пределами Республики Беларусь (выставки, ярмарки);
- товаров, проданных за наличный и безналичный расчет юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям;
- товаров, отпущенных персоналу своей организации в счет заработной платы (натуральная оплата труда);
- подарков и продуктовых наборов, выданных работникам организации бесплатно (материальная помощь) за счет прибыли организации;
- товаров, отпущенных по товарообменным (бартерным) операциям или в порядке взаиморасчетов между организациями;
- реализованных проездных билетов, талонов на проезд, лотерейных билетов, телефонных карт, ритуальных принадлежностей.

Значение РТО:

- является важнейшим показателем, характеризующим как экономический, так и социальный эффект национальной экономики, отрасли, региона и отдельных организаций;
- предопределяет ресурсный потенциал организации, возможность получения необходимой величины доходов и прибыли;
- от объема РТО зависит возможность дальнейшего развития организации, повышения ее конкурентного статуса;
- характеризует уровень жизни населения, структуру его потребления;
- стимулирует развитие товарного производства, так как через товарооборот возмещаются общественные расходы на производство товаров;
- является источником поступления доходов национального и местных бюджетов в виде отдельных налогов.

## **7.2. Оптовый товарооборот: сущность, состав, классификация**

Основным объемным показателем организаций оптовой торговли является оптовый товарооборот (ОТО).

*Оптовый товарооборот* представляет собой стоимость товаров (продукции) несобственного производства, фактически отгруженных торговыми посредниками без их видоизменения сторонним организациям и индивидуальным предпринимателям с целью их дальнейшей перепродажи или собственного использования (переработ-

ки), независимо от того, произведен расчет за эти товары (продукцию) или нет.

Состав ОТО определяется указаниями по заполнению формы статистической отчетности 1-торг (опт) «Отчет о деятельности организации оптовой торговли» (рисунок 35).



Рисунок 35 – Состав оптового товарооборота

Оптовый товарооборот классифицируется по ряду признаков (рисунок 36).

Не включается в оптовый товарооборот:

- стоимость товаров и продукции, предназначенных для переработки на собственных производствах оптовых организаций или для собственных нужд;
- стоимость товаров собственного производства, отпущенных в собственную розничную сеть или другим структурным подразделениям;
- стоимость товаров, предназначенных для закладки в государственный материальный резерв;
- стоимость возвращенных покупателями товаров (продукции).

<b>КЛАССИФИКАЦИЯ ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА</b>	<b>По экономическому содержанию</b>	Оптовый товарооборот по реализации товаров организациям торговли, общественного питания и индивидуальным предпринимателям для продажи населению
		Оптовый товарооборот по реализации товаров на экспорт
		Оптовый товарооборот по реализации товаров другим оптовым организациям
	<b>По формам расчетов</b>	Оптовый товарооборот по реализации товаров организациям для их собственных нужд (промышленная переработка, промышленное потребление, обеспечение питания, спецодежда и др.)
		Оптовый товарооборот по продаже товаров за наличный расчет (магазины-склады)
		Оптовый товарооборот по продаже товаров за безналичный расчет
	<b>По структуре</b>	Оптовый товарооборот по продаже продовольственных товаров
		Оптовый товарооборот по продаже непродовольственных товаров
		Оптовый товарооборот по продаже продукции производственно-технического назначения
	<b>По стране-изготовителю товара</b>	Оптовый товарооборот по продаже товаров отечественного производства
		Оптовый товарооборот по продаже товаров импортного производства

Рисунок 36 – Классификация оптового товарооборота

### 7.3. Методика анализа розничного товарооборота

#### 7.3.1. Цель, этапы и информационная база анализа розничного товарооборота

Целью экономического анализа розничного товарооборота является изучение тенденций его развития за отчетный период и выявление упущенных резервов и направлений его роста на перспективу.

Анализ РТО проводится по следующим этапам (рисунок 37).

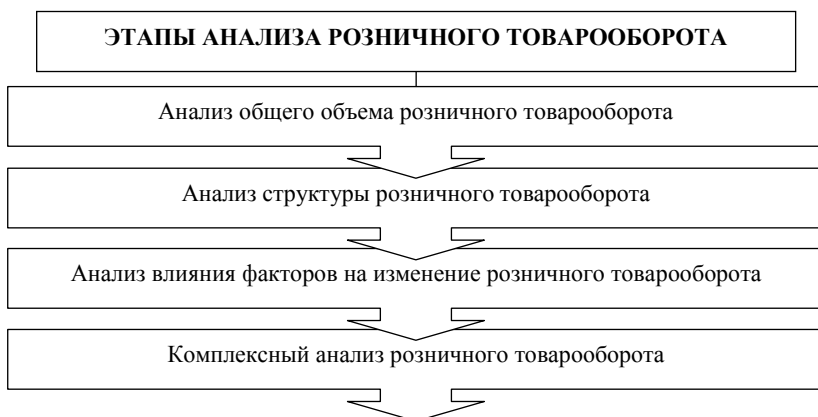


Рисунок 37 – Этапы анализа розничного товарооборота

В ходе анализа РТО решаются следующие задачи (рисунок 38).

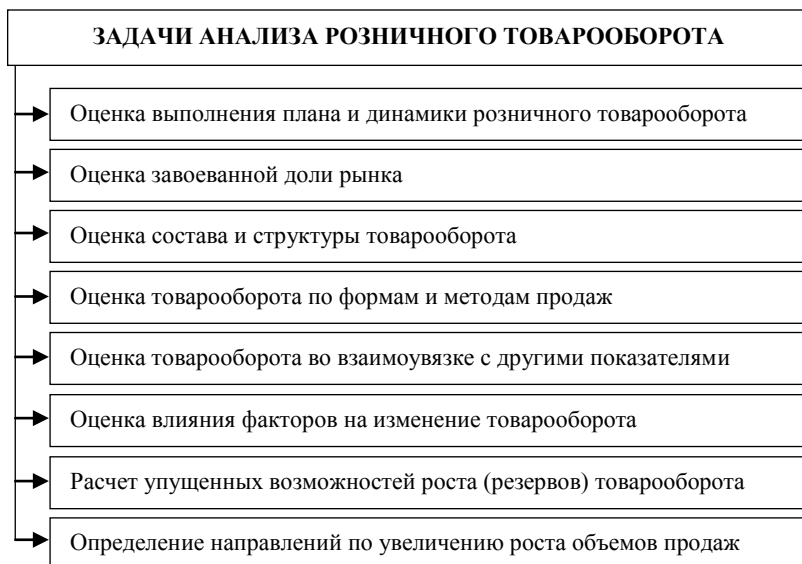


Рисунок 38 – Задачи, решаемые в процессе анализа розничного товарооборота



Информацией для анализа товарооборота служат следующие источники:

- бизнес-план организации, включающий план товарооборота в целом по организации, в разрезе товарных групп, торговых объектов, периодов года;
- бухгалтерская отчетность «Отчет о прибылях и убытках», ведомственная форма потребительской кооперации № 3 «Отчет о доходах, расходах и финансовых результатах от реализации»;
- статистическая отчетность 1-МП «Отчет о финансово-хозяйственной деятельности субъекта малого предпринимательства»;
- статистическая отчетность 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле»;
- статистическая отчетность 1-торг (структура) «Отчет о структуре розничного товарооборота»;
- показатели района деятельности организации (численность населения, денежные доходы населения, товароборот зоны деятельности и др.).

### ***7.3.2. Показатели, необходимые для анализа розничного товарооборота***

Анализ розничного товарооборота осуществляется при помощи ряда показателей, основными из которых являются следующие:

1. *Ожидаемый товарооборот текущего года.* Этот показатель рассчитывается в связи с тем, что планирование осуществляется в конце текущего года, когда еще нет данных о полном объеме товарооборота. Ожидаемый товарооборот можно определить следующими методами:

- на основании среднемесячного товарооборота текущего года;
- по удельному весу товарооборота IV квартала в годовом товарообороте за 2–3 предшествующих года;
- по сложившемуся уровню выполнения плана товарооборота в течение года.

2. *РТО в сопоставимом виде или сопоставимых ценах.* Товарооборот в сопоставимом виде определяет его объем в том случае, если бы цены не росли. Розничный товарооборот определяется в сопоставимом виде к предшествующему году и к базисному путем деления на индекс потребительских цен. Индекс цен определяет национальный статистический комитет Республики Беларусь в целом за год, в разрезе периодов года по товарным группам.

За последние годы индексы цен на товары сложились следующим образом (коэффициенты): в 2013 г. – 1,141; в 2014 г. – 1,142; в 2015 г. – 1,12; в 2016 г. – 1,1.

Совокупный индекс цен определяет изменение цен в разгах за несколько лет. Он определяется путем перемножения годовых индексов.

3. *Показатели выполнения плана товарооборота.* Эти показатели отражают насколько перевыполнен или недовыполнен план розничного товарооборота в отчетном году.

При анализе розничного товарооборота процент выполнения плана определяется в целом по товарообороту организации, по каждому торговому объекту или структурному подразделению, по каждой товарной группе, а также по периодам года, месяцам, кварталам, полугодиям.

4. *Показатели динамики РТО.* К данным показателям относятся:

- темпы роста;
- темпы прироста;
- индексы роста.

Темп роста товарооборота определяет процентное изменение розничного товарооборота к предшествующему периоду, месяцу, кварталу, году.

Темпы роста рассчитываются цепным методом, т. е. к предшествующему периоду, и базисным методом в действующих и сопоставимых ценах.

### ***Примеры решения задач***

**Задача 1.** План розничного товарооборота на год составляет 9 660 тыс. р., в том числе на ноябрь и декабрь 1 575 тыс. р. Фактически за 9 месяцев розничный товарооборот составил 7 580 тыс. р., за октябрь – 765 тыс. р. В ноябре и декабре планируется увеличение объема реализации на 2%.

Ожидаемый товарооборот за ноябрь и декабрь равен:

$$1\,575 \cdot 1,02 = 1\,606,5 \text{ тыс. р.}$$

Ожидаемый товарооборот за год составит:

$$7\,580 + 765 + 1\,606,5 = 9\,951,5 \text{ тыс. р.}$$

Ожидаемый процент выполнения плана:

$$9\,951,5 : 9\,660 \cdot 100 = 103\%.$$

Важным условием при планировании товарооборота является обеспечение сопоставимости его объема с точки зрения изменений в материально-технической базе торговой организации. для расчета данного показателя используется формула

$$T_{\text{сop}} = T_{\text{ож}} + K_{\text{ув}} - K_{\text{ум}},$$

где  $T_{\text{сop}}$  – сопоставимый объем розничного товарооборота за отчетный год, тыс. р.;

$K_{\text{ув}}$  – корректив на увеличение объема розничного товарооборота (ввод новых торговых объектов);

$K_{\text{ум}}$  – корректив на уменьшение объема розничного товарооборота (закрытие торговых объектов).

**Задача 2.** Розничный товароборот организации по плану – 2 580 тыс. р., фактически – 2 575 тыс. р. С 1 октября два магазина переданы другому субъекту хозяйствования, планируемый объем розничного товарооборота – 10,5 тыс. р.

Корректировка плана:

$$2\,580 - 10,5 = 2\,569,5 \text{ тыс. р.}$$

Процент выполнения плана:

$$2\,575 : 2\,569,5 \cdot 100 = 100,2\%.$$

### ***7.3.3. Анализ розничного товарооборота по общему объему***

Анализ розничного товарооборота по общему объему проводится на различных уровнях:

- магазин или торговый объект, который и является торговой организацией;
- торговая организация, имеющая в своем составе розничную торговую сеть.

Анализ РТО по общему объему проводится за отчетный год в сравнении с планом и в сравнении с предшествующими 2–3 годами с использованием следующих показателей:

- процент выполнения плана:
    - всего розничного товарооборота;
    - розничного товарооборота по каждому структурному подразделению, торговому объекту;
  - показатели динамики розничного товарооборота:
    - цепные и базисные темпы роста розничного товарооборота в текущих и сопоставимых ценах;
    - цепные и базисные темпы прироста розничного товарооборота;
    - среднегодовые темпы прироста;
  - показатели степени удовлетворения спроса:
    - процент охвата розничным товарооборотом покупательных фондов населения и его изменение;
    - розничный товароборот на одного жителя обслуживаемого населения в текущих и сопоставимых ценах;
  - доля рынка торговой организации по РТО и ее изменение в динамике;
  - ритмичность и равномерность выполнения плана товарооборота.
- Ритмичность предполагает оценку развития розничного товарооборота по месяцам и кварталам. Равномерность предполагает оценку развития розничного товарооборота в разрезе торговых объектов (отделов, секций). Для этого рассчитываются коэффициенты ритмичности и равномерности:

$$Критм(равн) = 100 - Квариации;$$

$$\hat{\sigma} = \frac{\delta \cdot 100}{x};$$

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n}},$$

где  $\delta$  – среднеквадратичное отклонение;

$\bar{x}$  – средний процент выполнения плана товарооборота за год (при оценке ритмичности) или процент выполнения плана в целом по организации (при оценке равномерности);

$x$  – процент выполнения плана по месяцам (при оценке ритмичности) или процент выполнения плана по каждому торговому объекту (при оценке равномерности);

$n$  – количество периодов (при оценке ритмичности) или количество торговых объектов (при оценке равномерности).

Чем ниже значение коэффициентов ритмичности или равномерности, тем ритмичнее и равномернее выполняется план товарооборота.

#### ***7.3.4. Анализ ассортиментной структуры розничного товарооборота***

Целью анализа товарной структуры розничного товарооборота является оценка степени удовлетворения спроса населения на отдельные товарные позиции и выявление на этой основе направлений роста объемов продаж по отдельным товарным группам.

На данном этапе проводится оценка розничного товарооборота по следующим показателям:

- процент выполнения плана розничного товарооборота по каждой товарной группе;
- темпы роста и прироста розничного товарооборота по каждой товарной группе в текущих и сопоставимых ценах;
- доля продаж по каждой товарной группе и ее изменение с предшествующими годами;
- розничный товарооборот на 1 потребителя по товарным группам в текущих и сопоставимых ценах;
- эластичность спроса на товар по товарным группам и отдельным товарным позициям.

Эластичность спроса оценивается при помощи коэффициентов эластичности, которые показывают на сколько процентов изменится спрос, при изменении цены на 1%.

Значения коэффициентов эластичности говорят о том, что спрос эластичен (если коэффициент  $>1$ ) или неэластичен (если коэффициент  $<1$ ). При помощи коэффициентов эластичности можно управлять продажами, так как при эластичном спросе с ростом цены продажи снижаются, потому что основная часть потребителей отказалась или отложила покупки. При неэластичном спросе с ростом цены продажи увеличиваются, так как основная масса потребителей продолжает приобретать данный товар.

К основным причинам невыполнения плана и ухудшения динамики продаж по ассортиментной структуре товарооборота можно отнести:

- невыполнение поставщиками своих договорных обязательств;
- несоответствие поставленного ассортимента заявкам;
- недостаточно глубокое изучение спроса;
- неэффективная реклама.

### 7.3.5. Оценка влияния факторов на изменение розничного товарооборота

Факторы, воздействующие на товарооборот, подразделяются на внешние и внутренние (рисунок 39).

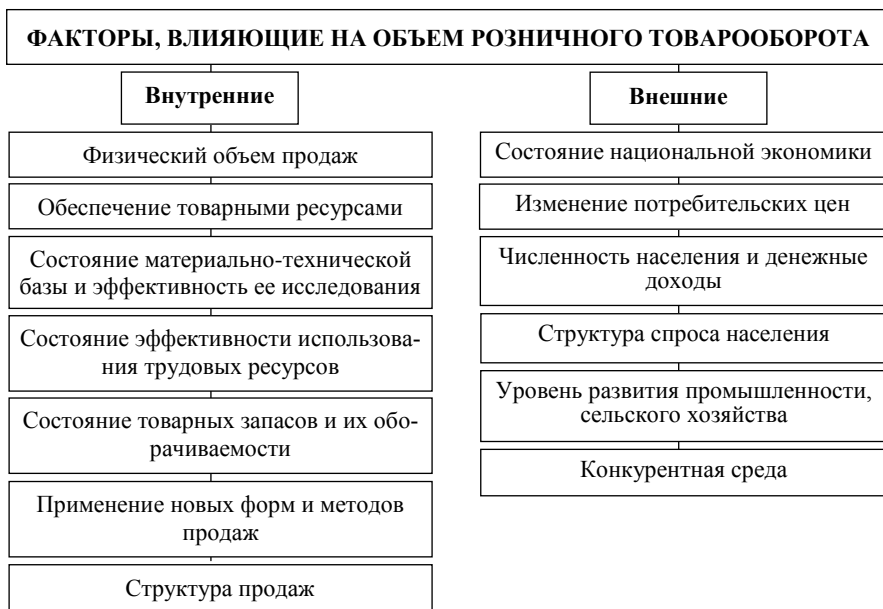


Рисунок 39 – Факторы, влияющие на изменение розничного товарооборота

При расчете влияния факторов используется ряд экономических методов, основными из которых являются:

- цепная подстановка;
- балансовый;
- индексный.

Расчет влияния факторов производится для определения резервов увеличения розничного товарооборота в будущем. Те факторы, из-за которых снижается розничный товарооборот, будут являться резервами его увеличения в будущем.

Для расчета влияния конкретных факторов розничный товарооборот представляется в виде математических моделей, слагаемые которых и являются факторами. Методика расчета отдельных факторов представлена в таблице 14.

Таблица 14 – Методика расчета влияния отдельных факторов на объем розничного товарооборота

Группы факторов	Формула расчета	Условные обозначения
1. Физический объем товарооборота и цены	$\partial \hat{I} = \partial \hat{I} \hat{I} \hat{I} \cdot I \hat{I};$ $\Delta \partial \hat{I} \hat{I} = \partial \hat{I}_1 - \partial \hat{I} \hat{I} \hat{I}_1;$ $\Delta \partial \hat{I} \hat{I} \hat{I} = \partial \hat{I} \hat{I} \hat{I}_1 - \partial \hat{I}_0$	<p><math>PTO</math> – розничный товарооборот, тыс. р.;</p> <p><math>PTO_{con}</math> – розничный товарооборот в сопоставимых ценах, тыс. р.;</p> <p><math>I_{\hat{I}}</math> – индекс изменения потребительских цен;</p> <p><math>\Delta PTO_{\hat{I}}</math> – изменение розничного товарооборота под влиянием цен, тыс. р.;</p> <p><math>PTO_{con1}</math> – розничный товарооборот отчетного года в сопоставимых ценах, тыс. р.;</p> <p><math>\Delta PTO_{физ}</math> – изменение розничного товарооборота за счет физического объема продаж, тыс. р.;</p> <p><math>PTO_1, PTO_0</math> – розничный товарооборот отчетного и предшествующего годов, тыс. р.</p>
2. Товарные ресурсы	$\partial \hat{I} = \partial \hat{I} + \hat{I} - \partial \hat{I} - \partial \hat{I};$ $\Delta \partial \hat{I}_{\partial \hat{I}} = (\partial \hat{I}_1 + \hat{I}_0 - \partial \hat{I} - \partial \hat{I} - \partial \hat{I}_0) - (\partial \hat{I}_1 + \hat{I}_0 - \partial \hat{I} - \partial \hat{I} - \partial \hat{I}_0);$ $\Delta \partial \hat{I}_I = (\partial \hat{I}_1 + \hat{I}_1 - \partial \hat{I} - \partial \hat{I}_0) - (\partial \hat{I}_1 + \hat{I}_0 - \partial \hat{I} - \partial \hat{I}_0);$	<p><math>T_{\hat{I}}, T_{\hat{I}}</math> – сумма товарных запасов на начало и конец года, тыс. р.;</p> <p><math>\Pi</math> – объем поступления товаров, тыс. р.;</p> <p><math>U_{\hat{I}}</math> – стоимостное выражение убыли и уценки товаров, тыс. р.;</p> <p><math>\Delta PTO_{T_{\hat{I}}}</math> – влияние на розничный товарооборот изменения товарных запасов на начало года, тыс. р.;</p>

Продолжение таблицы 14

Группы факторов	Формула расчета	Условные обозначения
	$\Delta \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\bar{O}C\hat{e}} = (\bar{\partial} C_{\hat{e}}^{\hat{e}} + \hat{I}_{\hat{e}} - \bar{\partial} C_{\hat{e}}^{\hat{e}} - \bar{O} \bar{\partial}_0) -$ $- (\bar{\partial} C_{\hat{e}}^{\hat{e}} + \hat{I}_{\hat{e}} - \bar{\partial} C_{\hat{e}}^{\hat{e}} - \bar{O} \bar{\partial}_0);$ $\Delta \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\bar{O}o} = (\bar{\partial} C_{\hat{e}}^{\hat{e}} + \hat{I}_{\hat{e}} - \bar{\partial} C_{\hat{e}}^{\hat{e}} - \bar{O} \bar{\partial}_1) -$ $- (\bar{\partial} C_{\hat{e}}^{\hat{e}} + \hat{I}_{\hat{e}} - \bar{\partial} C_{\hat{e}}^{\hat{e}} - \bar{O} \bar{\partial}_0)$	<p><math>\Delta PTO_{\Pi}</math> – влияние на розничный товарооборот изменения поступления товаров, тыс. р.;</p> <p><math>\Delta PTO_{T\kappa}</math> – влияние на розничный товарооборот изменения товарных запасов на конец года, тыс. р.;</p> <p><math>\Delta PTO_{Ym}</math> – влияние на розничный товарооборот изменения уценки и убыли товаров, тыс. р.;</p> <p><math>T\hat{Z}_{\hat{e}1}, T\hat{Z}_{\hat{e}0}</math> – товарные запасы на начало отчетного и предшествующего годов, тыс. р.;</p> <p><math>T\hat{Z}_{\kappa 1}, T\hat{Z}_{\kappa 0}</math> – товарные запасы на конец отчетного и предшествующего годов, тыс. р.;</p> <p><math>\Pi_1, \Pi_0</math> – объем товарного поступления отчетного и предшествующего годов, тыс. р.;</p> <p><math>Ym_1, Ym_0</math> – объем уценки и убыли товаров в отчетном и предшествующем годах, тыс. р.</p>
3. Материально-техническая база и эффективность ее использования	$\bar{D} \bar{\partial} \hat{I} = \hat{E} \bar{\partial} \hat{e}_1 \cdot \bar{O} \bar{S}_{\bar{\partial} \hat{e}} \cdot \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\hat{e}1^2};$ $\Delta \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\bar{E} \bar{\partial} \hat{e}} = (\hat{E} \bar{\partial} \hat{e}_1 \cdot \bar{O} \bar{S}_{\bar{\partial} \hat{e}0} \cdot \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\hat{e}1^2_0}) -$ $- (\hat{E} \bar{\partial} \hat{e}_0 \cdot \bar{O} \bar{S}_{\bar{\partial} \hat{e}0} \cdot \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\hat{e}1^2_0});$ $\Delta \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\bar{O} \bar{S}_{\bar{\partial} \hat{e}}} = (\hat{E} \bar{\partial} \hat{e}_1 \cdot \bar{O} \bar{S}_{\bar{\partial} \hat{e}1} \cdot \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\hat{e}1^2_0}) -$ $- (\hat{E} \bar{\partial} \hat{e}_1 \cdot \bar{O} \bar{S}_{\bar{\partial} \hat{e}0} \cdot \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\hat{e}1^2_0});$ $\Delta \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\bar{D} \bar{\partial} \hat{e}1^2} = (\hat{E} \bar{\partial} \hat{e}_1 \cdot \bar{O} \bar{S}_{\bar{\partial} \hat{e}1} \cdot \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\hat{e}1^2_1}) -$ $- (\hat{E} \bar{\partial} \hat{e}_1 \cdot \bar{O} \bar{S}_{\bar{\partial} \hat{e}1} \cdot \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\hat{e}1^2_0})$	<p><math>Kmo</math> – количество торговых объектов, ед.;</p> <p><math>\bar{T} \bar{S}_{\bar{\partial} \hat{e}}</math> – средняя торговая площадь на один торговый объект, м<sup>2</sup>;</p> <p><math>\bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\hat{e}1^2}</math> – товарооборот 1 м<sup>2</sup> торговой площади, тыс. р.;</p> <p><math>\Delta PTO_{Kmo}</math> – влияние на розничный товарооборот изменения количества торговых объектов, тыс. р.;</p> <p><math>\Delta \bar{D} \bar{\partial} \hat{I}_{\bar{O} \bar{S}_{\bar{\partial} \hat{e}}}</math> – влияние на розничный товарооборот изменения средней торговой площади на один торговый объект, тыс. р.;</p>



Продолжение таблицы 14

Группы факторов	Формула расчета	Условные обозначения
		$\Delta \hat{D} \hat{O} \hat{I}_{\hat{D} \hat{O} \hat{I}_{11}^2}$ – влияние на розничный товарооборот изменения товарооборота на 1 м <sup>2</sup> торговой площади, тыс. р.; $K m o_1, K m o_0$ – количество торговых объектов в отчетном и предшествующем годах, ед.; $\overline{T S}_{1 \hat{o} \hat{I}_1}, \overline{T S}_{1 \hat{o} \hat{I}_0}$ – средняя торговая площадь на один торговый объект в отчетном и предшествующем годах, м <sup>2</sup> ; $\hat{D} \hat{O} \hat{I}_{1 \hat{I}_1^2}, \hat{D} \hat{O} \hat{I}_{1 \hat{I}_0^2}$ – товарооборот на 1 м <sup>2</sup> торговой площади в отчетном и предшествующем годах, тыс. р.
4. Численность населения и его денежные доходы	$\hat{D} \hat{O} \hat{I} = \hat{E} \hat{I} \hat{\sigma} \hat{a} \cdot \times \hat{I} \hat{I} \cdot \hat{I} \hat{O}_{1 \div};$ $\Delta \hat{D} \hat{O} \hat{I}_{\hat{E} \hat{I} \hat{\sigma} \hat{a}} = (\hat{E} \hat{I} \hat{\sigma} \hat{a}_1 \cdot \times \hat{I} \hat{I}_0 \cdot \hat{I} \hat{O}_{1 \div 0}) - (\hat{E} \hat{I} \hat{\sigma} \hat{a}_0 \cdot \times \hat{I} \hat{I}_0 \cdot \hat{I} \hat{O}_{1 \div 0});$ $\Delta \hat{D} \hat{O} \hat{I}_{\hat{I} \hat{O}_{1 \div}} = (\hat{E} \hat{I} \hat{\sigma} \hat{a}_1 \cdot \times \hat{I} \hat{I}_1 \cdot \hat{I} \hat{O}_{1 \div 1}) - (\hat{E} \hat{I} \hat{\sigma} \hat{a}_1 \cdot \times \hat{I} \hat{I}_1 \cdot \hat{I} \hat{O}_{1 \div 0});$ $\Delta \hat{D} \hat{O} \hat{I}_{\times \hat{I} \hat{I}} = (\hat{E} \hat{I} \hat{\sigma} \hat{a}_1 \cdot \times \hat{I} \hat{I}_1 \cdot \hat{I} \hat{O}_{1 \div 0}) - (\hat{E} \hat{I} \hat{\sigma} \hat{a}_1 \cdot \times \hat{I} \hat{I}_0 \cdot \hat{I} \hat{O}_{1 \div 0})$	$K o x_{\kappa}$ – коэффициент охвата товарооборотом покупательских фондов населения; $\hat{C} o n$ – численность обслуживаемого населения, чел.; $\hat{P} \hat{\Phi}_{1 \kappa}$ – покупательные фонды на одного человека обслуживаемого населения, тыс. р.; $\Delta \hat{P} \hat{T} \hat{O}_{K o x_{\kappa}}$ – влияние на розничный товарооборот изменения процента охвата товарооборотом покупательских фондов, тыс. р.; $\Delta \hat{P} \hat{T} \hat{O}_{\hat{C} o n}$ – влияние на розничный товарооборот изменения численности обслуживаемого населения, тыс. р.; $\Delta \hat{D} \hat{O} \hat{I}_{\hat{I} \hat{O}_{1 \div}}$ – влияние на розничный товарооборот изменения покупательных фондов на одного человека обслуживаемого населения, тыс. р.; $K o x_{\kappa 1}, K o x_{\kappa 0}$ – коэффициент охвата товарооборотом покупательных фондов в отчетном и предшествующем годах;

Продолжение таблицы 14

Группы факторов	Формула расчета	Условные обозначения
		<p><math>Ч_{от1}, Ч_{от0}</math> – численность обслуживаемого населения в отчетном и предшествующем годах, чел.;</p> <p><math>\dot{I}\hat{O}_{1-1}, \dot{I}\hat{O}_{1-0}</math> – покупательные фонды на одного человека обслуживаемого населения в отчетном и предшествующем годах, тыс. р.</p>
5. Трудовые ресурсы и эффективность их использования	$\partial \partial \hat{I} = \bar{\times} \cdot \dot{I} \partial ;$ $\Delta \partial \partial \hat{I}_{\times} = (\bar{\times}_1 - \bar{\times}_0) \partial \partial \hat{I}_0 ;$ $\Delta \partial \partial \hat{I}_{\dot{I} \partial} = (\dot{I} \partial_1 - \dot{I} \partial_0) \partial \partial \hat{I}_1$	<p><math>\bar{\times}</math> – среднесписочная численность работников, чел.;</p> <p><math>ПТ</math> – производительность труда, тыс. р.;</p> <p><math>\Delta \partial \partial \hat{I}_{\times}</math> – влияние на розничный товароборот изменения среднесписочной численности работников, тыс. р.;</p> <p><math>\Delta PTO_{ПТ}</math> – влияние на розничный товароборот изменения производительности труда, тыс. р.;</p> <p><math>\bar{\times}_1, \bar{\times}_0</math> – средняя численность работников в отчетном и предшествующем годах, чел.;</p> <p><math>ПТ_1, ПТ_0</math> – производительность труда работников в отчетном и предшествующем годах, тыс. р.</p>
6. Товарные запасы и скорость их обращения	$\partial \partial \hat{I} = \bar{\partial \zeta} \tilde{N} ;$ $\Delta \partial \partial \hat{I}_{\bar{\partial \zeta}} = (\bar{\partial \zeta}_1 - \bar{\partial \zeta}_0) \tilde{N}_0 ;$ $\Delta \partial \partial \hat{I}_{\tilde{N}} = (\tilde{N}_1 - \tilde{N}_0) \bar{\partial \zeta}$	<p><math>\bar{\partial \zeta}</math> – средний товарный запас, тыс. р.;</p> <p><math>C</math> – скорость товарного обращения (оборачиваемость), раз;</p> <p><math>\Delta \partial \partial \hat{I}_{\bar{\partial \zeta}}</math> – влияние на розничный товароборот изменения средней стоимости товарных запасов, тыс. р.;</p> <p><math>\Delta PTO_C</math> – влияние на розничный товароборот изменения скорости товарного обращения, тыс. р.;</p>

Группы факторов	Формула расчета	Условные обозначения
		$\bar{\partial\zeta}, \bar{\partial\zeta}$ – средний товарный запас отчетного и предшествующего годов, тыс. р.; $C_1, C_0$ – скорость товарного обращения отчетного и предшествующего годов, раз
7. Структура продаж	$\Delta \partial \hat{\Pi} \partial \delta = \partial \hat{I}_1 - \frac{\partial \hat{\Pi} \partial \hat{I}_1 \cdot 100}{\hat{A} \hat{r}_0}$	$\Delta PTO_{стр}$ – влияние изменения структуры розничного товарооборота на его объем, тыс. р.; $PTO_1$ – розничный товароборот отчетного года, тыс. р.; $PTO_{prod_1}$ – розничный товароборот по продовольственным товарам в отчетном году, тыс. р.; $Dn_0$ – удельный вес продовольственных товаров в розничном товарообороте предшествующего года, %

По результатам факторного анализа розничного товарооборота целесообразно сделать группировку тех факторов, которые повлияли на рост розничного товарооборота и которые повлияли на его снижение, для выявления упущенных возможностей роста товарооборота в отчетном периоде.

### **7.3.6. Комплексный анализ розничного товарооборота, резервы и пути его роста**

Данный этап анализа является заключительным в общей схеме анализа товарооборота и на современном этапе предполагает решение следующих задач:

- оценка обеспеченности розничного товарооборота товарными ресурсами;
- оценка развития розничного товарооборота в сравнении с другими показателями;
- определение резервов роста розничного товарооборота;
- определение путей увеличения розничного товарооборота.

Оценка обеспеченности розничного товарооборота товарными ресурсами осуществляется на основании изучения товарного баланса или балансовой увязки:

$$\begin{aligned} & \text{Òíààðíúâ çàìàñú} + \text{Îñðóíëàíè} \text{ â} = \\ & \text{ìà} \text{ ìà} \text{ ÷} \text{àëí} \text{ ìàððèüà} \\ & = \frac{\text{Ðíçíè} \text{ ÷} \text{íúé}}{\text{òíààðíúâ} \text{ ìð}} + \frac{\text{Îðí} \text{ ÷} \text{ââ}}{\text{âúâúðèâ}} + \frac{\text{Òíààðíúâ çàìàñú}}{\text{ìà} \text{ éñâð} \text{ ìàððèüà}} . \end{aligned}$$

Все показатели балансовой увязки отражаются в розничных ценах. Положительное влияние на рост товарооборота оказывает поступление товаров при условии, что они пользуются спросом. Отрицательное влияние оказывает рост прочего выбытия и товарных запасов на конец периода. Оценка обеспеченности товарными ресурсами должна осуществляться не только по общему объему товарооборота, но и по товарным группам.

Оценка развития розничного товарооборота по сравнению с другими показателями основана на том что рост товарооборота опережать рост экономических ресурсов и затрат, идущих на достижение продаж. С другой стороны темпы роста валовых доходов и прибыли торговли должны опережать темпы роста товарооборота. При выполнении этих соотношений финансовое состояние организации будет стабильным, рентабельность увеличится и в целом будет обеспечиваться эффективность торговли.

Расчет резервов розничного товарооборота производится на основании:

- оценки выполнения плана товарооборота и товарного поступления;
- результатов факторного анализа;
- роста или снижения товарных запасов;
- использования опыта торгового объекта с точки зрения лучшего использования материально-технической базы и товарных ресурсов;
- учета товарных потерь.

*Основными резервами роста* розничного товарооборота являются:

- суммы недополученного оборота в результате невыполнения планов розничного товарооборота по месяцам, по товарным группам, по отдельным торговым объектам;
- суммы отрицательного воздействия факторов на розничный товарооборот;
- суммы, на которые был невыполнен план поставок товаров по месяцам, товарным позициям и торговым объектам;

- суммы, на которые были завышены товарные запасы на конец и на начало года по сравнению с нормативом;
- сумма недополученного объема товарооборота в результате замедления товарооборачиваемости;
- суммы возможного роста товарооборота за счет роста производительности труда и лучшего использования торговой площади в однотипном торговом объекте;
- суммы недополученного оборота из-за нерациональных графиков работы отдельных торговых объектов;
- суммы недополученного оборота в результате выявленных недостатков.

*Основными путями роста розничного товарооборота являются:*

- глубокое изучение спроса населения;
- закупка товаров в соответствии с изученной структурой спроса;
- эффективная рекламная деятельность;
- повышение качества торгово-технологического процесса путем внедрения новых форм продаж, модернизации оборудования и торговых площадей;
- применение маркетинговых стратегий ценообразования, учитывающих эластичность спроса на отдельные товарные позиции;
- улучшение организации и мотивации труда персонала, сокращение на этой основе потерь рабочего времени и повышение производительности труда.

Кроме этого, росту товарооборота способствуют:

- активизация выездной торговли;
- удлинение времени работы торговых объектов;
- совершенствование управления товарными ресурсами;
- совершенствование ассортиментной политики.

## **Тема 8. ПЛАНИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА**

### **8.1. Задачи, последовательность и информационная база планирования розничного товарооборота**

*Целью планирования розничного товарооборота является определение экономически обоснованного его объема на будущий период на основании рационального и эффективного использования экономических ресурсов и повышения культуры и качества обслуживания потребителей.*

Основой для планирования розничного товарооборота является его комплексный анализ за предшествующие годы. Объем розничного товарооборота находится в тесной зависимости от двух показателей:

- денежных доходов населения;
- товарных ресурсов.

Кроме этого, розничный товарооборот должен обеспечить торговой организации получение необходимой величины доходов и прибыли. Таким образом, задачами его планирования являются:

- оценка объема спроса населения, его доходов в планируемом периоде;
- выявление объема товарных ресурсов в планируемом периоде;
- обеспечение соответствия плана розничного товарооборота покупательным фондам и товарным ресурсам;
- увеличение темпов роста объемов продаж, в том числе на одного жителя обслуживаемого населения;
- оптимизация структуры товарооборота;
- обеспечение получения необходимых доходов и прибыли.

*Информацией* для планирования розничного товарооборота являются следующие источники:

- результаты анализа за предшествующие годы;
- показатели прогноза социально-экономического развития Республики Беларусь и зоны деятельности организации: темп роста розничного товарооборота Республики Беларусь; темп роста потребительских цен; темп роста реальных денежных доходов населения;
- численность и денежные доходы обслуживаемого населения и др.;
- нормативные документы вышестоящих организаций, регулирующие вопросы планирования показателей.

Планирование розничного товарооборота состоит из трех этапов:

- планирование общего объема розничного товарооборота;
- планирование объемов продаж по конкретным товарным группам;
- распределение плана розничного товарооборота по периодам года (кварталам, месяцам), по объектам торговой сети.

## **8.2. Характеристика альтернативных подходов к обоснованию плана розничного товарооборота по общему объему**

В современных условиях организациям, в том числе торговым, дана полная самостоятельность в вопросах планирования и прогнозирования своей деятельности. Поэтому при планировании розничного

товарооборота необходимо применять многовариантный подход, на основании которого следует производить оптимизацию окончательного плана товарооборота. Для планирования используется широкий спектр экономических методов и приемов, основными из которых являются:

- метод скользящей средней;
- нормативный;
- с использованием коэффициента эластичности товарооборота от денежных доходов;
- на основании прогнозных границ деятельности организации;
- на основании потребности организации в прибыли;
- на основании прогнозного охвата товарооборотом покупательных фондов населения;
- экономико-математическое моделирование;
- экстраполяция динамического ряда;
- балансовый.

*Балансовый метод* предполагает использование балансовой увязки показателей, на основании которой планируемый объем товарооборота будет определен по формуле

$$PTO_n = Z_n + P_n - H_n,$$

где  $PTO_n$  – планируемый объем товарооборота, тыс. р.;

$Z_n$  – товарные запасы на начало планируемого года, тыс. р.;

$P_n$  – план поступления товаров, тыс. р.;

$H_n$  – норматив товарных запасов на конец года, тыс. р.

*Опытно-статистический метод* предполагает определение плана продаж на основании среднегодового темпа роста товарооборота за предшествующие годы по формуле

$$PTO_n = \frac{PTO_{con} \cdot T_{\%} \cdot I_{\%}}{100},$$

где  $PTO_{con}$  – товарооборот отчетного года в сопоставимом виде, тыс. р.;

$T_{\%}$  – среднегодовой темп роста товарооборота, %;

$I_{\%}$  – прогнозируемый индекс цен.

*Экономико-статистический метод (скользящей средней)* предполагает сглаживание динамического ряда темпов роста РТО в сопоста-

вимом виде за 5 лет, предшествующих планируемому году. Используются формулы

$$\bar{\Delta} = \frac{\bar{k}_n - \bar{k}_1}{n - 1},$$

где  $\bar{\Delta}$  – среднегодовой темп прироста розничного товарооборота в сопоставимом виде, %;

$\bar{k}_n, \bar{k}_1$  – последнее и первое значение средних отрезков динамического ряда, %;

$n$  – количество отрезков динамического ряда;

$$Km = \overline{Kn} + 2\bar{\Delta},$$

где  $Km$  – плановый темп роста товарооборота, %.

*Метод, основанный на определении «критических» объемов деятельности.* Критические объемы деятельности торговой организации – это объемы товарооборота, при котором организация работает без убытков (точка безубыточности) и при котором организация получает минимальную прибыль или рентабельность на вложенный капитал (точка минимальной рентабельности). Используются следующие формулы:

$$\dot{O}_{\dot{a}} = \frac{D_{\dot{a}\dot{m}\dot{o}}}{\dot{O}\ddot{A} - \dot{O}D_{\dot{a}\dot{o}}} \cdot 100,$$

где  $T_{\dot{o}}$  – точка безубыточности, тыс. р.;

$P_{\text{пост}}$  – плановая сумма постоянных и управленческих расходов, тыс. р.;

$UD$  – плановый уровень валовых доходов от реализации, %;

$UP_{\text{пер}}$  – плановый уровень переменных расходов, %;

$$\dot{O}_{\dot{o}} = \frac{D_{\dot{a}\dot{m}\dot{o}} + \ddot{I}_{\dot{o}\dot{e}\dot{t}}}{\dot{O}\ddot{A} - \dot{O}D_{\dot{a}\dot{o}}} \cdot 100,$$

где  $T_{\text{мр}}$  – точка минимальной рентабельности, тыс. р.;

$P_{\text{мин}}$  – минимальная прибыль, тыс. р.;





$$\dot{I}\dot{O}\ddot{r}\ddot{e} = \frac{\dot{I}\ddot{e}\acute{o}\ddot{i}\grave{a}\grave{d}\acute{a}\ddot{e}\ddot{u} \quad \acute{i}\ddot{u}\grave{a} \quad \acute{o}\ddot{i}\acute{a}\ddot{u} \quad \dot{I}\ddot{d}\ddot{i}\ddot{a}\ddot{i}\ddot{c}\ddot{i}\ddot{u}\acute{e} \quad \grave{e}\ddot{i}\ddot{a}\acute{a}\ddot{e}\ddot{n}}{\dot{i}\ddot{a}\ddot{n}\ddot{e}\acute{o}\acute{\omega}\grave{e}\grave{d}\acute{a}\grave{a}\ddot{i}\ddot{n}\acute{a}\ddot{i} \quad \dot{i}\ddot{a}\ddot{n}\acute{a}\ddot{e}\acute{a}\ddot{i}\ddot{e}\ddot{y} \cdot \ddot{d}\acute{a}\acute{a}\ddot{e}\ddot{u}\ddot{i}\ddot{u}\ddot{o} \quad \acute{a}\ddot{a}\ddot{i}\ddot{a}\acute{\omega}\ddot{i}\ddot{u}\ddot{o}} \cdot \frac{\dot{i}\ddot{o}\div\grave{a}\ddot{o}\ddot{n}\ddot{a}\ddot{i} \quad \acute{a}\ddot{i}\ddot{u}\grave{a}}{\acute{a}\ddot{i}\ddot{o}\ddot{i}\ddot{a}\ddot{i}\ddot{a}}$$

2. Планируемый объем товарооборота:

$$\dot{D}\dot{O}\hat{I}\ddot{r}\ddot{e} = \frac{\dot{I}\ddot{e}\grave{a}\ddot{n}\acute{a}\ddot{u}\acute{e} \quad \dot{i}\ddot{d}\ddot{i}\ddot{o}\acute{a}\ddot{i}\ddot{o} \quad \dot{I}\ddot{e}\grave{a}\ddot{n}\acute{a}\ddot{a}\ddot{y} \quad \ddot{n}\acute{o}\ddot{i}\ddot{a} \quad \dot{i}\ddot{o}\acute{a}\acute{a}\ddot{d}\acute{a} \quad \acute{o}\ddot{i}\acute{a}\acute{a}\ddot{d}\ddot{n}\acute{a}\ddot{i}\ddot{d} \quad \dot{i}\ddot{o}\ddot{i}\ddot{i} \quad \ddot{n}\ddot{e}\acute{o}\ddot{i}\ddot{a}\ddot{d}\acute{a}\ddot{e}\ddot{u} \quad \acute{i}\ddot{u}\ddot{o} \quad \ddot{n}\ddot{e}\acute{o}\ddot{i}\ddot{a}\ddot{d}\acute{a}\ddot{e}\ddot{u} \quad \acute{i}\ddot{u}\ddot{o} \quad \acute{o}\ddot{i}\acute{a}\ddot{i}\ddot{a} \quad \acute{o}\ddot{i}\acute{a}\ddot{i}\ddot{a}}{100} \cdot$$

При планировании по этому методу должны быть обеспечены превышающие темы роста товарооборота по сравнению с покупательными фондами.

Планирование товарооборота на основании потребности организации в прибыли. Проводится в следующей последовательности:

1. Определяется потребность торговой организации в чистой прибыли на будущий год исходя из целей и задач организации по увеличению объемов деятельности, модернизации материально-технической базы, улучшению уровня жизни работников и др.

2. Рассчитывается плановая сумма прибыли от торговой деятельности (до налогообложения) с учетом налоговых отчислений из прибыли ( $\Pi_{пл_m}$ ):

$$\dot{I}\ddot{r}\ddot{e}_o = \frac{\dot{I}\ddot{o}\ddot{d}\acute{a}\acute{a}\ddot{i}\ddot{n}\ddot{o} \quad \ddot{u}\acute{a}\div\grave{e}\ddot{n}\ddot{o}\ddot{i}\acute{e} \quad \dot{i}\ddot{d}\acute{e}\acute{a}\ddot{u}\ddot{e}\grave{e} \cdot 100}{100 - \acute{A}\ddot{i}\ddot{e}\ddot{y} \quad \dot{i}\ddot{a}\acute{e}\ddot{i}\ddot{a}\grave{a} \quad \dot{i}\ddot{a} \quad \dot{i}\ddot{d}\acute{e}\acute{a}\ddot{u}\ddot{e}\ddot{u} \quad \acute{a} \quad \dot{i}\ddot{d}\acute{e}\acute{a}\ddot{u}\ddot{e}\grave{e} \quad \dot{i}\ddot{o}\div\grave{a}\ddot{o}\ddot{n}\ddot{a}\ddot{i} \quad \acute{a}\ddot{i}\ddot{u}\grave{a}}$$

3. Определяется плановая сумма валовых доходов от реализации ( $B_{Дпл}$ ):

$$\acute{A}\acute{A}\ddot{r}\ddot{e} = \frac{\dot{I}\ddot{e}\grave{a}\ddot{n}\acute{a}\ddot{a}\ddot{y} \quad \ddot{n}\acute{o}\ddot{i}\ddot{a} \quad \dot{i}\ddot{d}\acute{e}\acute{a}\ddot{u}\ddot{e}\grave{e}}{\dot{i}\ddot{o} \quad \ddot{d}\acute{a}\acute{a}\ddot{e}\grave{e}\grave{c}\acute{a}\acute{o}\ddot{e}\grave{e} \quad \acute{a}\ddot{i} \quad \dot{i}\ddot{a}\acute{e}\ddot{i}\ddot{a}\ddot{i}\ddot{a}\acute{e}\ddot{i} \quad \acute{\omega}\ddot{a}\ddot{i}\ddot{e}\ddot{y}} + \frac{\dot{I}\ddot{e}\grave{a}\ddot{n}\acute{a}\ddot{a}\ddot{y} \quad \ddot{n}\acute{o}\ddot{i}\ddot{a} \quad \dot{i}\ddot{d}\acute{e}\acute{a}\ddot{u}\ddot{e}\grave{e}}{\dot{i}\ddot{a} \quad \ddot{d}\acute{a}\acute{a}\ddot{e}\grave{e}\grave{c}\acute{a}\acute{o}\ddot{e}\grave{e}\grave{p}} + \frac{\dot{I}\ddot{e}\grave{a}\ddot{n}\acute{a}\ddot{a}\ddot{y} \quad \ddot{n}\acute{o}\ddot{i}\ddot{a}}{\acute{o}\ddot{i}\ddot{d}\acute{a}\acute{a}\ddot{e}\acute{a}\ddot{i}\div\acute{a}\ddot{n}\ddot{e}\ddot{e}\ddot{o} \quad \ddot{d}\acute{a}\ddot{n}\ddot{o}\ddot{i}\ddot{a}\ddot{i}\ddot{a}}$$

4. Рассчитывается планируемая величина розничного товарооборота на основании потребности в прибыли ( $PT_{Опл}$ ):

$$\dot{D}\dot{O}\hat{I}\ddot{r}\ddot{e} = \frac{\dot{I}\ddot{e}\grave{a}\ddot{n}\acute{a}\ddot{a}\ddot{y} \quad \ddot{n}\acute{o}\ddot{i}\ddot{a} \quad \acute{a}\ddot{i}\ddot{o}\ddot{i}\ddot{a}\ddot{i}\ddot{a} \quad \dot{i}\ddot{o} \quad \ddot{d}\acute{a}\acute{a}\ddot{e}\grave{e}\grave{c}\acute{a}\acute{o}\ddot{e}\grave{e} \cdot 100}{\ddot{N}\ddot{e}\ddot{i}\acute{\omega}\acute{e}\acute{a}\phi\acute{e}\acute{e}\ddot{n} \quad \grave{y} \quad \acute{o}\ddot{d}\ddot{i}\acute{a}\acute{a}\ddot{i}\ddot{u} \quad \acute{a}\acute{a}\acute{e}\ddot{i}\acute{a}\ddot{u}\ddot{o} \quad \acute{a}\ddot{i}\ddot{o}\ddot{i}\ddot{a}\ddot{i}\ddot{a} \quad \dot{i}\ddot{o} \quad \ddot{d}\acute{a}\acute{a}\ddot{e}\grave{e}\grave{c}\acute{a}\acute{o}\ddot{e}\grave{e} \quad \acute{a} \quad \dot{i}\ddot{o}\div\grave{a}\ddot{o}\ddot{n}\ddot{a}\ddot{i} \quad \acute{a}\ddot{i}\ddot{a}\acute{o} \quad \acute{e}\acute{e}\acute{e} \quad \dot{i}\ddot{e}\grave{a}\ddot{n}\acute{a}\ddot{u}\acute{e} \quad \acute{o}\ddot{d}\ddot{i}\acute{a}\acute{a}\ddot{i}\ddot{u}}$$

Определив плановый объем товарооборота по нескольким вариантам, необходимо определить его окончательную величину. Это можно сделать по средней арифметической от наименьшей и наибольшей величины вариантов плана. Кроме этого, плановый объем товарооборота может быть уточнен с учетом плановых величин валовых доходов, расходов и прибыли.

### **8.3. Особенности планирования объемов продаж по отдельным товарным группам**

*Планирование объемов продаж по отдельным товарным группам* проводится в следующей последовательности:

1. Определяется ожидаемая структура товарооборота в разрезе товарных групп в отчетном году.

2. Определяются плановые объемы реализации по макрогруппам: продовольственные и непродовольственные товары.

3. Рассчитываются плановые объемы продаж и структура товарооборота по отдельным товарным группам.

При планировании структуры товарооборота используются те же методы, что и при планировании общего объема товарооборота: балансовый, скользящей средней, с использованием коэффициентов эластичности и др.

При использовании метода скользящей средней можно использовать не только темпы прироста продаж в сопоставимом виде по конкретной товарной группе, но и удельные веса товарной группы в товарообороте, сложившиеся за предшествующие годы.

При использовании коэффициентов эластичности в рамках планирования структуры товарооборота можно применять следующие коэффициенты эластичности:

- коэффициент эластичности спроса на конкретный товар от его цены;
- коэффициент эластичности спроса на конкретный товар от денежных доходов населения;
- коэффициент эластичности оборота по конкретной товарной группе от всего объема товарооборота.

*Планирование на основании коэффициента эластичности оборота по конкретной товарной группе от всего объема товарооборота* проводится в следующей последовательности:

1. Определяется коэффициент эластичности оборота по конкретной товарной группе от всего объема товарооборота в отчетном году по формуле

$$\hat{E}_{y\bar{y}} = \frac{\hat{O}_{a\bar{y}} \cdot \bar{O}_{\bar{y}}}{\hat{O}_{a\bar{y}} \cdot \bar{O}_{\bar{y}} \cdot \bar{a}\bar{n}\bar{a}\bar{a}\bar{i}\bar{D}\bar{O}\bar{I}}.$$

2. Рассчитывается плановый темп прироста товарооборота по товарной группе ( $\Delta T_{PTO}$ ) по формуле:

$$\Delta \bar{O}_{D\bar{O}I} = \frac{\bar{E}_{\bar{y}\bar{y}} \cdot \bar{O}_{\bar{y}}}{\bar{a}\bar{n}\bar{a}\bar{a}\bar{i}\bar{D}\bar{O}\bar{I}} \cdot \frac{\bar{I}_{\bar{y}} \cdot \bar{a}\bar{n}\bar{a}\bar{a}\bar{i}\bar{D}\bar{O}\bar{I}}{\bar{O}_{\bar{y}}}.$$

3. Определяется план товарооборота по товарной группе ( $PTO_{плмг}$ ) с помощью следующей формулы:

$$\bar{D}\bar{O}\bar{I}_{\bar{y}} = \frac{\bar{I}_{\bar{y}} \cdot \bar{a}\bar{n}\bar{a}\bar{a}\bar{i}\bar{D}\bar{O}\bar{I}}{\bar{O}_{\bar{y}}} \cdot \frac{\bar{I}_{\bar{y}} \cdot \bar{a}\bar{n}\bar{a}\bar{a}\bar{i}\bar{D}\bar{O}\bar{I}}{\bar{O}_{\bar{y}}} \cdot \frac{\bar{I}_{\bar{y}} \cdot \bar{a}\bar{n}\bar{a}\bar{a}\bar{i}\bar{D}\bar{O}\bar{I}}{\bar{O}_{\bar{y}}}.$$

Применительно к конкретной товарной группе можно использовать далеко не все методы планирования, так как каждая товарная группа имеет свою специфику реализации. В соответствии с этим весь товарный ассортимент можно разделить на 4 группы:

- товары, спрос на которые полностью удовлетворен (применяются все методы);
- товары, спрос на которые не удовлетворен (балансовый метод);
- товары, продажа которых развивается по тем же тенденциям, что и общий объем товарооборота (планируется при помощи коэффициента эластичности товарной группы от общего объема товарооборота);
- товары сложного ассортимента длительного пользования (план товарооборота по этим товарам зависит от степени обеспеченности населения этими товарами и повышения уровня этой обеспеченности).

### Пример решения задачи

По материалам анализа за три предшествующих года коэффициент эластичности по группе «Одежда» составил 1,06. Покупательные

фонды обслуживаемого населения (в расчете на одного человека) в планируемом году увеличатся на 1,5%. численность обслуживаемого населения возрастет на 0,3%. Товарооборот по данной группе товаров в отчетном году составил 39,7 тыс. р.

Определите объем товарооборота по группе «Одежда» на планируемый год.

### *Решение*

1. Темп прироста товарооборота на одного человека:  $1,06 \cdot 1,5 = 1,59\%$ .

2. Индекс товарооборота на одного потребителя:  $I_{m/об\ 1\ чел} = 1,016$ .

3. Индекс изменения численности обслуживаемого населения:  $I_{числ} = 1,003$ .

4. Индекс товарооборота:  $I_{m/об} = 1,016 \cdot 1,003 = 1,019$ .

5. Товарооборот на планируемый год:  $39,7 \cdot 1,019 = 40,5$  тыс. р.

## **8.4. Распределение плана розничного товарооборота по торговым объектам и периодам года**

Объем розничного товарооборота организации можно обосновать суммированием объемов продаж по магазинам и другим структурным подразделениям.

Информация, используемая для определения планового товарооборота торговых объектов:

- ассортимент реализуемых товаров каждым магазином (определяются, какие группы товаров занимают основное место в товарообороте, по каким из них сложились более высокие темпы роста продаж и как сохранить положительные тенденции);

- сегменты рынка и контингент потребителей (оцениваются запросы и потребности покупателей путем обобщения и выделения специфики);

- доля каждого магазина в товарообороте организации (оцениваются тенденции изменения товарооборота магазинов за 3–5 лет, предшествующих планируемому году);

- опыт эффективно работающих магазинов и возможности его использования другими магазинами;

- причины неудовлетворительной работы отдельных магазинов (определяются направления повышения эффективности их деятельности в предстоящем периоде).

Следует учитывать, что отток покупателей имеет место из-за медленного обслуживания, перебоев в торговле отдельными товарами, несоблюдения сроков поставки, низкого качества товаров, грубого или неквалифицированного персонала. Планирование товарооборота по магазинам должно включать в себя четкую постановку целей, стимулирование труда сотрудников, контроль за оборотными средствами, анализ жалоб покупателей и причин несостоявшихся сделок, определение существующих тенденций и путей решения имеющихся проблем.

Разнообразие типов магазинов и условий их деятельности требуют дифференцированного подхода к обоснованию их планов (товарооборота). Во всех случаях учитывают материалы анализа розничного товарооборота, сложившиеся темпы развития товарооборота, его размеры на одного работника и одного покупателя, удельный вес товарооборота каждого магазина в общем товарообороте организации и т. п.

В настоящее время четко прослеживается зависимость, при которой темпы роста товарооборота крупных магазинов более высокие по сравнению с темпами роста товарооборота небольших по общему объему продаж однотипных магазинов. Особенности развития товарооборота магазинов определяются и многими другими условиями: месторасположением (на интенсивных покупательских потоках и на окраинах и т. п., в сельской или городской местности), наличием конкурентов, организацией товароснабжения, рекламой и т. д.

При определении объема товарооборота по структурным подразделениям может быть применен *метод технико-экономических расчетов (нормативный)*. В качестве норматива может использоваться размер товарооборота в расчете на 1 м<sup>2</sup> торговой площади. Данные нормативы должны быть дифференцированы в зависимости от товарной специализации торговых объектов, отделов или секций, объема товарооборота на одного покупателя, зоны деятельности, местонахождения, продолжительности работы. В случае отсутствия нормативов в их качестве можно использовать наилучшие показатели, достигнутые аналогичными конкурирующими субъектами хозяйствования.

При разработке плана розничного товарооборота по периодам года (кварталам, месяцам) необходимо учитывать влияние многих факторов, в том числе покупательную активность населения, особенности покупательского спроса, равномерность завоза товаров по периодам года.

Для распределения годового плана товарооборота по кварталам и месяцам необходимо основываться на сложившихся пропорциях в предшествующие годы. Для этого можно применять метод скользя-

щей средней, используя динамические ряды удельных весов квартальных и месячных объемов продаж в годовом товарообороте, находя таким образом прогнозную долю продаж в товарной группе или торговом объекте каждого месяца и квартала. Для этих расчетов целесообразно применение соответствующего программного обеспечения.

При разработке внутригодичного плана товарооборота может быть использован также и *метод относительной средней*. При использовании данного метода определяются следующие показатели:

- среднеквартальный (среднемесячный) оборот за каждый год;
- сезонные колебания товарооборота по кварталам (месяцам) за каждый год;
- индексы сезонности товарооборота.

Объем товарооборота по кварталам (месяцам) на планируемый год определяется умножением среднеквартального (среднемесячного) товарооборота планируемого года на уточненный индекс сезонности соответствующего квартала (месяца) и делением на 100%.

Обоснованность плана проверяется на основе расчета темпов роста месячного плана товарооборота к плану товарооборота предыдущего месяца, к соответствующему месяцу прошлого года в текущих и сопоставимых ценах.

## **Тема 9. ТОВАРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА**

### **9.1. Сущность, состав и классификация товарных запасов**

Инструкцией Министерства финансов по бухгалтерскому учету запасов № 133 от 12 ноября 2010 г. определены понятие и состав запасов организаций.

*Запасы* – это активы организаций, учтенные в составе оборотных средств и предназначенные для реализации, находящиеся в процессе производства продукции или находящихся в виде сырья, материалов и других аналогичных активов, которые будут потребляться в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг или использоваться для управленческих нужд организации.

Состав запасов организации представлен на рисунке 40.

Для организаций торговли основным видом запасов являются товары, или товарные запасы. *Товарные запасы* в организациях торговли представляют собой общую массу товаров, предназначенную для под-

держания и обеспечения бесперебойности продаж. Товарные запасы, приобретенные для реализации, учитываются в розничных ценах.

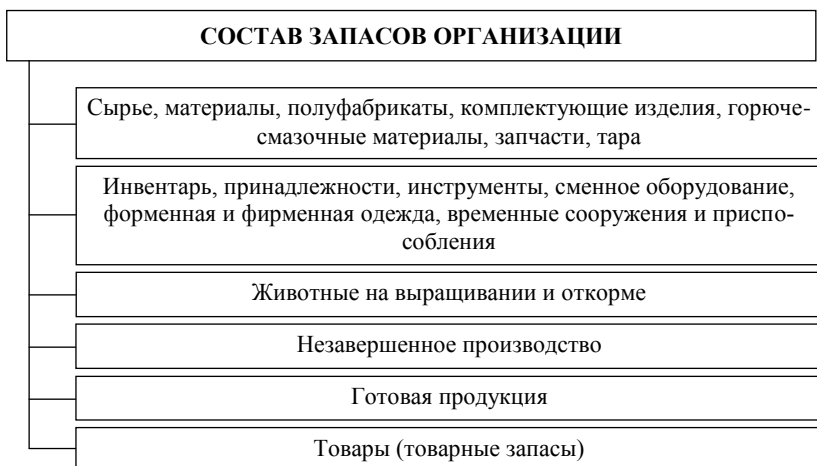


Рисунок 40 – Состав запасов организации

Состав товарных запасов в розничной торговле определен указаниями по заполнению статистической отчетности № 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» и представлен на рисунке 41.



Рисунок 41 – Состав товарных запасов торговли

Товарными запасами не являются:

- тара всех видов;
- товары для материально-технического снабжения (не предназначенные для продажи населению);
- товары, сданные на комиссию;



- продукция производства подсобных хозяйств торговых организаций.

Товарные запасы классифицируются по ряду признаков, основными из которых являются:

- назначение;
- местонахождение;
- сроки измерения;
- размеры;
- единицы измерения и структура (рисунок 42).



Рисунок 42 – Классификация товарных запасов торговли

## 9.2. Методика анализа товарных запасов

### 9.2.1. Цель, информационная база и направления анализа товарных запасов

Целью анализа товарных запасов является оценка их состояния и эффективности использования, позволяющая своевременно выявить причины и последствия замедления продаж товаров и отклонения от норматива.

Для анализа используется следующая информация:

- бухгалтерская отчетность;
- статистическая отчетность:
  - форма 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле»;
  - форма 4-торг (продажа) «Отчет о продаже и запасах товаров» (отражены товарные запасы по товарным группам в натуральном выражении);
  - форма 1-торг (структура) «Отчет о структуре розничного товарооборота»;
- нормативы товарных запасов по организации в целом, по торговым объектам, товарным группам и периодам года.

Анализ товарных запасов проводится по двум направлениям:

- анализ состояния товарных запасов;
- анализ эффективности использования товарных запасов.

### 9.2.2. Показатели состояния и эффективности использования товарных запасов

Для анализа состояния и эффективности исполнения товарных запасов используется ряд показателей (таблица 15).

Таблица 15 – Показатели состояния и эффективности использования товарных запасов

Показатели	Формула расчета	Условные обозначения
1. Уровень обеспеченности товарными запасами (товарные запасы на дату), дней	$\text{Од}_{\zeta\bar{a}} = \frac{\text{О}\zeta}{\text{Д}\text{О}\dot{\text{I}}\text{O}_n}$	$Утз_{\text{д}}$ – уровень обеспеченности товарными запасами, дней; $ТЗ$ – сумма товарных запасов на определенную дату, тыс. р.; $РТО\text{O}_n$ – однодневный плановый розничный товарооборот будущего периода, тыс. р.

Продолжение таблицы 15

Показатели	Формула расчета	Условные обозначения
2. Уровень товарных запасов, %	$\acute{O}\grave{o}\zeta = \frac{\partial\zeta 100}{\partial\grave{o}\acute{I}}$	$Утз$ – уровень товарных запасов, %; $ТЗ$ – сумма товарных запасов на определенную дату, тыс. р.; $\overline{\partial\grave{o}\acute{I}}$ – среднемесячный розничный товарооборот прошедшего периода (квартал, полугодие, год), тыс. р.
3. Скорость товарного обращения, раз	$\tilde{N} = \frac{\partial\grave{o}\acute{I}}{\partial\zeta}$	$C$ – скорость товарного обращения, раз; $РТО$ – розничный товарооборот отчетного года, тыс. р.; $\overline{\partial\zeta}$ – средний товарный запас, тыс. р.
4. Скорость обращения средств, вложенных в товарные запасы, раз	$\tilde{N}\tilde{n} = \frac{\partial\grave{o}\acute{I}}{\partial\zeta\acute{e}};$ $\overline{\partial\zeta\acute{e}} = \frac{\overline{\partial\zeta} \ddot{A}\ddot{i}}{100};$ $\ddot{A}\ddot{i} = \frac{\partial\grave{o}\acute{I} - \acute{I}\tilde{A}\tilde{N} - \acute{A}\ddot{A}}{\partial\grave{o}\acute{I}} \cdot 100$	$Cс$ – скорость обращения средств, вложенных в товарные запасы, раз; $\overline{\partial\zeta\acute{e}}$ – средний товарный запас по покупной стоимости, тыс. р.; $Дп$ – удельный вес покупной стоимости товаров в розничном товарообороте, %; $НДС$ – сумма налога на добавленную стоимость от реализации товаров, тыс. р.; $ВД$ – сумма валового дохода от реализации, тыс. р.
5. Время товарного обращения (товарооборачиваемость), дней	$\hat{A} = \frac{\overline{\partial\zeta}}{\partial\grave{o}\acute{I}\tilde{n}\acute{a}\acute{i}} \grave{e}\grave{e}\grave{e} \frac{\ddot{A}}{\tilde{N}}$	$B$ – время товарного обращения, дней; $РТОодн$ – однодневный товарооборот отчетного года, тыс. р.; $Д$ – количество дней в периоде (30, 90, 180, 360), дней
6. Время обращения средств в товарных запасах, дней	$\hat{A}\tilde{n} = \frac{\overline{\partial\zeta\acute{e}}}{\partial\grave{o}\acute{I}\tilde{n}\acute{a}\acute{i}} \grave{e}\grave{e}\grave{e} \frac{\ddot{A}}{\tilde{N}\tilde{n}}$	$Bс$ – время обращения средств в товарных запасах, дней
7. Прибыльность товарных запасов, р.	$\grave{I}\grave{o}\zeta = \frac{\acute{I}}{\tilde{I}\tilde{n}\grave{o} + \partial\zeta\acute{I}}$	$Птз$ – прибыльность товарных запасов, р.; $П$ – прибыль, тыс. р.; $Пост$ – поступление товаров, тыс. р.; $ТЗн$ – товарные запасы на начало периода, тыс. р.

Показатели	Формула расчета	Условные обозначения
8. Запасоемость, р.	$\zeta_{\text{зап}} = \frac{\bar{\partial \zeta}}{\partial \bar{\partial \hat{I}}}$	$\bar{\partial \zeta}$ – средний товарный запас, тыс. р.; $PTO$ – розничный товарооборот отчетного года, тыс. р.
9. Товарные запасы на 1 р. товарооборота, р.	$\partial \zeta_{\partial} = \frac{\partial \zeta}{\partial \partial \hat{I}}$	$TZ_{1p}$ – товарные запасы на 1 р. товарооборота, р.; $PTOn$ – розничный товарооборот за период (месяц, квартал, год), тыс. р.

### 9.2.3. Анализ состояния товарных запасов

Анализ состояния товарных запасов проводится по этапам, приведенным на рисунке 43.

<b>Анализ состояния товарных запасов</b>	Оценка соответствия товарных запасов нормативу в целом по организации и в разрезе товарных групп и торговых объектов
	Изучение динамики товарных запасов
	Оценка ассортиментной структуры товарных запасов

Рисунок 43 – Этапы анализа состояния товарных запасов

Оценку состояния товарных запасов необходимо проводить раздельно по товарным запасам текущего хранения и запасам сезонного хранения. Для этого товарные запасы приводятся в сопоставимый вид для сравнения с нормативом следующим образом:

$$TZ_{\text{сop}} = TZ_{\text{на дату}} - TZ_{\text{сезонного хранения}}.$$

Товарные запасы в целом по организации, по товарным группам и по торговым объектам сравниваются с их нормативами или плановыми величинами. Нормативы запасов устанавливаются в абсолютной сумме и в днях.

Сравнение с нормативом производится с целью выявления товарно-группового завышения или занижения по сравнению с нормативами. Превышение над нормативом говорит о том, что данный товар не пользуется спросом. Как следствие, возникает его залежалость и уценка, рост расходов на его содержание. В результате этого замедляются темпы продаж, снижаются доходы торговли и, соответственно, прибыль.

В рамках оценки динамики товарных запасов выявляются тенденции и закономерности их развития в соответствии с развитием товарооборота. Это оценка проводится по следующим показателям:

- коэффициент соотношения темпов роста товарных запасов и товарооборота (для эффективного развития темп роста товарооборота должен превышать темп роста запасов);
- темп изменения товарных запасов на 1 р. товарооборота (запасоемкость) и размер изменения этого показателя (для оценки эффективности коммерческой деятельности этот показатель в динамике должен снижаться);
- уровень товарных запасов и размер его изменения в динамике.

В рамках оценки ассортиментной структуры товарных запасов в составе товарных запасов выявляются:

- неходовые товары (находящиеся в организации до 2 лет);
- залежалые товары (находящиеся в продаже больше 2 лет).

Также на данном этапе устанавливаются причины возникновения неходовых и залежалых товаров.

Для оценки ассортиментной структуры товарных запасов используются следующие показатели:

- доля неходовых и залежалых товаров в общей сумме товарных запасов в целом по организации и по отдельным товарным группам, изменение этой доли с предшествующими периодами;
- темп роста неходовых и залежалых товаров по сравнению с темпами роста всех запасов;
- сумма уценки товаров за период и ее доля в товарных запасах;
- удельный вес (доля) реализации уцененных товаров в общем объеме продаж и его изменение в динамике;
- коэффициент эффективности уценки, определяемый по формуле

$$\frac{\text{Éúôðèðèáí ò}}{\text{óöáíèè}} \text{ ñðè} = \frac{\text{Äîüü îð ðääèèçàðèè}}{\text{óöáíáíüü ðîââðîâ}} \cdot \frac{\text{Ðàñîüüü îð ðääèèçàðèè}}{\text{óöáíáíüü ðîââðîâ (áíèüðá 1)}}$$

Эффективными считается также уценка или снижение цен, приводящие к оживлению спроса на эти товары. При этом темп роста спроса (товарооборота) должен превышать темп снижения цены.

#### **9.2.4. Анализ эффективности использования товарных запасов**

Анализ эффективности использования товарных запасов проводится по следующим этапам (рисунок 44).

<b>Анализ эффективности использования товарных запасов</b>	Оценка времени обращения товаров (товарооборачиваемости)
	Расчет влияния факторов на изменение товарооборачиваемости
	Расчет резервов ускорения товарооборачиваемости и определение мероприятий по нормализации состояния и оборачиваемости товарных запасов

Рисунок 44 – Этапы анализа эффективности использования товарных запасов

*Товарооборачиваемость* – это экономическая категория, характеризующая время в днях, в течение которого реализуется средний запас товаров в целом по организации или по отдельным объектам торговли за определенный период времени.

Товарооборачиваемость является показателем эффективности использования не только товарных запасов, но и эффективности всей хозяйственно-финансовой деятельности, а также показателем деловой активности организации (п. 2.2).

В процессе анализа товарооборачиваемости необходимо проводить ее сравнение с нормативом товарооборачиваемости и с товарооборачиваемостью за предшествующие годы.

Особое внимание при анализе эффективности товарных запасов следует обратить на расчет влияния факторов, повлекших за собой ускорение или замедление товарооборачиваемости.

Основные факторы, влияющие на состояние товарных запасов, приведены на рисунке 45.



Рисунок 45 – Основные факторы, влияющие на состояние товарных запасов и их товарооборачиваемость

Основными факторами, влияющими на время товарного обращения, являются объем товарооборота, его структура, изменение средних товарных запасов. Расчет влияния данных факторов осуществляется методами цепных подстановок и процентных чисел (таблица 16).

Таблица 16 – Методика расчета влияния факторов на время товарного обращения (товарооборачиваемость)

Факторы	Формула расчета	Условные обозначения
1. Объем товарооборота	$\Delta \hat{A}_{\partial \partial \hat{t}} = \frac{\overline{\partial \hat{C}}}{\partial \partial \hat{t}_1} - \frac{\overline{\partial \hat{C}}}{\partial \partial \hat{t}_0}$	$\Delta B_{PTO}$ – влияние изменения розничного товарооборота на оборачиваемость товаров, дней; $\overline{\partial \hat{C}}$ – средний товарный запас предшествующего года, тыс. р.; $PTO_{O1}$ – однодневный товарооборот отчетного года, тыс. р.; $PTO_{O0}$ – однодневный товарооборот предшествующего года, тыс. р.
2. Средние товарные запасы	$\Delta \hat{A}_{\partial \hat{C}} = \frac{\overline{\partial \hat{C}}}{\partial \partial \hat{t}_1} - \frac{\overline{\partial \hat{C}}}{\partial \partial \hat{t}_1}$	$\Delta \hat{A}_{\partial \hat{C}}$ – влияние изменения средних товарных запасов на оборачиваемость товаров, дней; $\overline{\partial \hat{C}}$ – средние товарные запасы отчетного года, тыс. р.
3. Структура товарооборота	$\Delta \hat{A}_{\tilde{n} \partial \partial} = \frac{(\hat{A} \ddot{i}_1 \cdot \hat{A} \ddot{i}_0) + (\hat{A} \dot{i}_1 \cdot \hat{A} \dot{i}_0)}{100} - \frac{(\hat{A} \ddot{i}_0 \cdot \hat{A} \ddot{i}_0) + (\hat{A} \dot{i}_0 \cdot \hat{A} \dot{i}_0)}{100}$	$\Delta B_{стр}$ – влияние изменения структуры товарооборота на товарооборачиваемость, дней; $Dn_1, Dn_0$ – удельный вес продовольственных товаров в розничном товарообороте в отчетном и предшествующем годах, %; $Dn_1, Dn_0$ – удельный вес непродовольственных товаров в розничном товарообороте в отчетном и предшествующем годах, %; $Vn_0$ – товарооборачиваемость продовольственных товаров в предшествующем году, дней; $Vn_0$ – товарооборачиваемость непродовольственных товаров в предшествующем году, дней

Завершающей частью анализа эффективности использования товарных запасов является определение резервов ускорения их оборачиваемости и выработка мер по нормализации их состояния и оборачиваемости.



Основными резервами ускорения оборачиваемости товарных запасов в организациях торговли являются:

- превышения товарных запасов на дату в днях над нормативом по товарным группам и по торговым объектам;
- стоимостное выражение влияния факторов, повлекших за собой замедление товарооборачиваемости.

Расчет резервов производится также и с целью определения величины прибыли, которую недополучила организация в результате замедления скорости продаж.

Прибыль организации уменьшится на величину (сумму) сверхнормативных остатков товаров, скорректированных с учетом участия собственных средств в оплате товаров и процентной ставки банка.

Сумма недополученной прибыли определяется следующим образом:

$$\frac{\begin{array}{l} \text{Н} \text{о} \text{и} \text{е} \text{н} \text{н} \text{о} \text{н} \quad \text{а} \text{а} \text{и} \text{д} \text{а} \text{а} \text{и} \text{е} \text{а} \quad \text{А} \text{и} \text{е} \text{у} \quad \text{е} \text{д} \text{а} \text{а} \text{е} \text{д} \text{а} \quad \text{Н} \text{д} \text{а} \text{а} \text{и} \text{а} \text{а} \text{и} \text{а} \text{и} \text{а} \text{а} \text{и} \\ \text{н} \text{а} \text{а} \text{д} \text{о} \text{б} \text{о} \text{р} \text{а} \text{ч} \text{и} \text{в} \text{а} \text{е} \text{м} \text{о} \text{с} \text{т} \text{и} \quad \text{о} \text{д} \text{е} \text{р} \text{ж} \text{и} \text{в} \text{а} \text{н} \text{и} \text{я} \quad \cdot \quad \text{а} \text{и} \text{е} \text{а} \text{д} \text{а} \quad \cdot \quad \text{н} \text{д} \text{а} \text{а} \text{е} \text{д} \text{а} \text{а} \text{и} \text{е} \text{а} \\ \text{и} \text{и} \quad \text{о} \text{д} \text{а} \text{а} \text{д} \text{и} \text{и} \text{и} \quad \text{а} \text{д} \text{о} \text{б} \text{о} \text{р} \text{а} \text{ч} \text{и} \text{в} \text{а} \text{е} \text{м} \text{о} \text{с} \text{т} \text{и} \quad \cdot \quad \text{о} \text{д} \text{а} \text{а} \text{д} \text{и} \text{а} \quad \cdot \quad \text{с} \text{а} \text{и} \text{е} \text{у} \text{с} \text{и} \text{а} \text{а} \text{и} \text{е} \quad \text{а} \\ \text{е} \text{д} \text{а} \text{а} \text{е} \text{д} \text{а} \text{а} \text{и} \text{е} \end{array}}{10000}.$$

Основными путями ускорения товарооборачиваемости в организациях торговли являются:

- повышение эффективности коммерческих и маркетинговых решений при заключении коммерческих сделок и при реализации товаров;
- более широкое использование возможностей маневренности товарных запасов между торговыми объектами организации;
- применение маркетинговых стратегий ценообразования;
- формирование торгового ассортимента с учетом прибыльности товаров;
- применение принципов мерчендайзинга при размещении товаров;
- содействие реализации хорошо известных товарных брендов;
- систематическое повышение квалификации продавцов;
- ежемесячно проводить анализ товарооборачиваемости, по результатам которого оперативно принимать решения о снижении объема поставок товаров с низкой скоростью продаж;
- при наличии неходовых товаров принимать меры по их устранению: перераспределение между другими торговыми объектами, возврат поставщикам, уценка и другие.

### **9.3. Оценка поступления товаров в организации торговли**

Оценка поступления товаров проводится в целом по торговой организации и в разрезе структурных подразделений:

- торговых объектов;
- секций;
- отделов.

Оценка поступления предусматривает расчет и анализ динамики следующих показателей:

- процента выполнения плана и темпов роста поступления товаров в целом по организации;
- процента выполнения плана и темпов роста поступления по торговым объектам;
- процента выполнения плана и темпов роста поступления по ассортименту товаров, т. е. по количеству и качеству;
- процента выполнения плана и темпов роста поступления в разрезе поставщиков товаров или источников поступления;
- структуры источников поступления и ее изменения по сравнению с планом и в динамике;
- коэффициента равномерности поставок товаров (данный показатель определяется аналогично коэффициенту равномерности выполнения плана товарооборота).

### **9.4. Методические подходы к расчету нормативов товарных запасов и их распределению по периодам года**

#### ***9.4.1. Цель, значение и последовательность нормирования товарных запасов***

В основе планирования товарных запасов лежит их нормирование, т. е. установление норм запасов в днях по каждой товарной группе и торговому объекту и определение на этой основе норматива товарных запасов в днях и в сумме в целом по торговой организации.

Существует два подхода к определению *норматива товарных запасов*:

- норматив товарных запасов как запас товаров, необходимый для обеспечения бесперебойной торговли с целью наиболее полного удовлетворения спроса населения (этот норматив запасов рассчитывается исходя из потребности торговой организации в товарах независимо от наличия финансовых средств на их закупку);

- норматив товарных запасов как запас товаров, обеспеченный необходимыми финансовыми ресурсами торговой организации.

Нормативы товарных запасов имеют большое значение в экономической, коммерческой и маркетинговой деятельности организации в следующих случаях:

- при разработке планов товарного обеспечения продаж;
- при определении размеров необходимых средств для закупки товаров и планируемой величины кредита;
- при расчете плановой суммы расходов по содержанию товарных запасов.

Нормативы товарных запасов в днях определяются только по запасам текущего хранения; товары сезонного хранения в днях не нормируются, их плановая величина определяется только в стоимостном выражении.

Последовательность нормирования товарных запасов приведена на рисунке 46.

1	Расчет норматива товарных запасов в сумме и днях на планируемый год
2	Расчет нормативов товарных запасов в разрезе товарных групп и торговых объектов
3	Распределение норматива товарных запасов по кварталам планируемого года

Рисунок 46 – Последовательность нормирования товарных запасов

#### **9.4.2. Методы нормирования товарных запасов**

При нормировании товарных запасов используется ряд методов, основными из которых являются:

- метод скользящей средней;
- метод удельных приращений;
- метод, основанный на использовании модели Уилсона;
- экономико-математическое моделирование;
- метод технико-экономических расчетов;
- экономико-статистический метод и др. (рисунок 47).

## МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

### Экономико- статистические

1. *Метод скользящей средней.*

2. *Метод удельных приращений:*

$$\dot{\partial}\zeta_{\hat{t}} = \frac{\dot{\partial}\zeta_{\hat{t}} \cdot (\Delta\dot{\partial}\hat{t} \cdot \dot{\partial}\hat{t} + 100)}{100},$$

где  $T3_{пл}$  – плановая сумма товарных запасов на конец периода, тыс. р.;

$T3_{отч}$  – сумма товарных запасов на конец отчетного периода, тыс. р.;

$\Delta PTO_{пл}$  – плановый темп прироста розничного товарооборота, %;

$УП$  – удельное приращение (соотношение среднегодовых темпов прироста товарных запасов и розничного товарооборота), коэффициент.

3. *Моделированная модель Уилсона:*

$$\dot{\partial}\zeta_{\hat{t}} = \sqrt{L \cdot \dot{\partial}\hat{t}},$$

где  $L$  – коэффициент соотношения средних товарных запасов ( $T3$ ) и розничного товарооборота

( $PTO$ ) в отчетном году  $\left( L = \frac{\dot{\partial}\zeta_{\hat{t}}}{\dot{\partial}\hat{t}} \right);$

$PTO_{пл}$  – плановый объем товарооборота, тыс. р.

### Технико- экономических расчетов

$$\dot{I}_{\hat{t}} = D + \frac{I}{2} + \tilde{N},$$

где  $H_{дн}$  – норматив товарных запасов, дней;

$P$  – рабочий запас, дней;

$\frac{\dot{I}}{2}$  – половина запаса текущего пополнения, дней;

$C$  – страховой (гарантийный) запас, дней

### Экономико- математический

$$\dot{I}_{\hat{t}} = \frac{\sum \dot{I}_i \cdot \dot{\partial}i}{100},$$

где  $H_m$  – необходимый объем запасов по торговому объекту на конец года, тыс. р.;

$H_i$  – необходимый объем запасов по  $i$ -й товарной группе на конец года, тыс. р.;

$У_i$  – удельный вес  $i$ -й товарной группы в общем объеме продаж, %

Рисунок 47 – Методы планирования товарных запасов в розничной торговле

$$\begin{aligned} \bullet \hat{E}_1 &= \frac{\dot{O}_1 + \dot{O}_2}{2}; \\ \bullet \hat{E}_2 &= \frac{\dot{O}_2 + \dot{O}_3}{2}; \\ \bullet \hat{E}_3 &= \frac{\dot{O}_3 + \dot{O}_4}{2}; \\ \bullet \hat{E}_4 &= \frac{\hat{E}_1 + \hat{E}_2}{2}; \\ \bullet \hat{E}_5 &= \frac{\hat{E}_2 + \hat{E}_3}{2}; \\ \bullet \hat{E}_6 &= \frac{\hat{E}_4 + \hat{E}_5}{2}. \end{aligned}$$

Затем определяется *норматив товарных запасов в днях будущего периода* ( $K_6 + 2$  умноженное на среднегодовое изменение).

$$\frac{\hat{I}\hat{\partial}\hat{\iota}\hat{\alpha}\hat{\delta}\hat{\epsilon}\hat{\alpha}}{\hat{a}\hat{n}\hat{o}\hat{\iota}\hat{\iota}\hat{\alpha}} \hat{O}_5 = \frac{\hat{I}\hat{\partial}\hat{\iota}\hat{\alpha}\hat{\delta}\hat{\epsilon}\hat{\alpha}}{\hat{a}\hat{\alpha}\hat{\iota}\hat{\nu}\hat{\omicron}} \cdot \frac{\hat{I}\hat{\alpha}\hat{\nu}\hat{\iota}\hat{\alpha}\hat{\iota}\hat{\alpha}\hat{\iota}\hat{\iota}}{\hat{\delta}\hat{\iota}\hat{\varsigma}\hat{\iota}\hat{\epsilon}\div\hat{\iota}\hat{\iota}\hat{\epsilon}} \hat{\epsilon}\hat{\nu}\hat{\alpha}\hat{\iota}\hat{\nu}\hat{\alpha}\hat{\iota}\hat{\epsilon} \cdot \frac{\hat{o}\hat{\iota}\hat{\iota}\hat{\alpha}\hat{\alpha}\hat{\delta}\hat{\iota}\hat{\iota}\hat{\alpha}\hat{\iota}\hat{\delta}}{\hat{\iota}\hat{o}} \cdot$$

Согласно этому методу, норматив товарных запасов по товарной группе (*Ндн*) будет определяться следующим образом:

238

где  $P$  – рабочий запас, определяемый как сумма запаса на приемку и подготовку товаров к продаже, представительского набора товаров и однодневного запаса; запас на приемку и подготовку составляет до 1 дня; представительский набор определяется как произведение количества товарных образцов в торговом зале на среднюю цену одного образца, деленное на однодневный товарооборот по товарной группе;

$\frac{\dot{I}}{2}$  – половина запаса пополнения (*Интервал поставки* :  $2 \cdot K_o$

*эффицент обновления ассортимента* (коэффициент обновления ассортимента определяется как отношение количества товаров по ассортименту к количеству товаров поступающих в одной партии).

Таким образом, определив нормативы товарных запасов в сумме и в днях по всем товарным группам на конец планируемого года определяется норматив товарных запасов в целом по торговой организации, путем деления норматива товарного запаса в сумме на конец планируемого года на однодневный плановый розничный товарооборот.

### 9.4.3. Распределение норматива товарных запасов по кварталам года

Распределение годового норматива по кварталам планируемого года производится по следующему алгоритму:

1. Рассчитывается сумма годового прироста норматива как разница между нормативом IV квартала планируемого года и нормативом IV квартала отчетного года.

2. Производится распределение годового прироста по кварталам. Это распределение может осуществляться пропорционально удельным весам каждого квартала в плановом товарообороте или по  $\frac{1}{4}$ , т. е. по 25% на каждый квартал.

3. Определяются нормативы товарных запасов в сумме по каждому кварталу планируемого года:

$$I_{\text{êââððàè}} = I_{\text{îð-âðíâí}} \frac{IV_{\text{êââððàè}}}{(\text{ðâéóùââí}) \text{ âíâ}} + \frac{I_{\text{ðèðíð}} \text{ ìðìâðèâ}}{I_{\text{êââððàè}}} ;$$

$$\frac{I\dot{\delta}\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}}{II\acute{\epsilon}\alpha\grave{\alpha}\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\grave{\alpha}} = \frac{I\dot{\delta}\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}}{I\acute{\epsilon}\alpha\grave{\alpha}\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\grave{\alpha}} + \frac{I\grave{\delta}\epsilon\delta\dot{\iota}\grave{\eta}\delta\ \acute{\iota}\grave{\eta}\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}\grave{\alpha}}{II\acute{\epsilon}\alpha\grave{\alpha}\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\grave{\alpha}} ;$$

$$\frac{I\dot{\delta}\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}}{III\acute{\epsilon}\alpha\grave{\alpha}\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\grave{\alpha}} = \frac{I\dot{\delta}\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}}{II\acute{\epsilon}\alpha\grave{\alpha}\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\grave{\alpha}} + \frac{I\grave{\delta}\epsilon\delta\dot{\iota}\grave{\eta}\delta\ \acute{\iota}\dot{\iota}\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}\grave{\alpha}}{III\acute{\epsilon}\alpha\grave{\alpha}\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\grave{\alpha}} ;$$

$$\frac{I\dot{\delta}\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}}{IV\acute{\epsilon}\alpha\grave{\alpha}\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\grave{\alpha}} = \frac{I\dot{\delta}\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}}{III\acute{\epsilon}\alpha\grave{\alpha}\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\grave{\alpha}} + \frac{I\grave{\delta}\epsilon\delta\dot{\iota}\grave{\eta}\delta\ \acute{\iota}\dot{\iota}\dot{\iota}\alpha\delta\epsilon\acute{\alpha}\grave{\alpha}}{IV\acute{\epsilon}\alpha\grave{\alpha}\delta\delta\grave{\alpha}\epsilon\grave{\alpha}} .$$

4. Определяются нормативы товарных запасов в днях по каждому кварталу путем деления нормативов товарных запасов в сумме на од-  
нодневный розничный плановый товарооборот соответствующего  
квартала.

## 9.5. Планирование поступления товаров

Плановый расчет поступления товаров производится балансовым  
методом с использованием формулы товарного баланса. Объем по-  
ступления товарной массы определяется с учетом планового объема  
продаж и изменения товарных запасов по формуле

$$Пn = PTO_n + H_{T3к} - T3_n + En + Y_n,$$

где  $Пn$  – план поступления товаров;

$PTO_n$  – план розничного товарооборота;

$H_{T3к}$  – норматив товарных запасов на конец периода;

$T3_n$  – товарные запасы на начало периода;

$En$  – план объема естественной убыли товаров;

$Y_n$  – плановая сумма уценки товаров.

Если товарные запасы на конец периода превышают товарные за-  
пасы на начало периода, то на эту же величину плановое поступление  
товаров должно превысить плановый объем товарооборота.

Плановый объем поступления товаров определяется в розничных  
ценах с учетом размеров торговых надбавок, устанавливаемых на за-  
купаемые товары и НДС.

В современных условиях усиливается роль коммерческих и марке-  
тинговых служб в расширении ассортимента закупаемых товаров и  
изыскании поставщиков с наиболее выгодными условиями поставки.

## **Тема 10. ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА И ЕГО ТОВАРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

### **10.1. Особенности экономического анализа оптового товарооборота по общему объему и структуре**

*Целью анализа* оптового товарооборота и его показателей является определение роли оптовой торговли в равномерном и полном выполнении объемов розничного товарооборота обслуживаемых организаций, обеспечении бесперебойного завоза товаров в розничную торговую сеть и рационализации процессов товародвижения.

Конкретная реализация указанной цели решается посредством выполнения следующих *задач*:

- оценки выполнения плана и динамики развития оптового товарооборота по общему объему и товарной структуре, анализа соотношения оптового и розничного товарооборота зоны обслуживания по общему объему, ассортименту реализуемых товаров и их показателям;
- изучения состояния и динамики товарных запасов в оптовом звене, их соответствия нормативам, оценки рациональности размещения товарных запасов между оптом и розницей;
- анализа соблюдения схем движения товаров, а также звенности их продвижения в розничную торговую сеть;
- оценки уровня организации форм, доставки товаров в организации розничной торговли;
- расчета упущенных возможностей и резервов роста оптового товарооборота;
- разработки комплекса мероприятий с указанием конкретных исполнителей по увеличению и оптимизации оптовой реализации товаров, а также улучшению показателей оптового товарооборота.

Направления экономического анализа оптового товарооборота и его показателей приведены на рисунке 48.

Информационной базой для проведения анализа оптового товарооборота и его показателей являются следующие источники:

- результаты экономического анализа, а также планы оптового товарооборота и розничного товарооборота зоны обслуживания по сопоставимому кругу реализуемых товаров за предшествующие годы.
- бухгалтерская отчетность:
  - Отчет о доходах, расходах и финансовых результатах от реализации товаров (для организаций потребительской кооперации);
  - Отчет о прибылях и убытках;



- статистическая отчетность:
  - Отчет о структуре розничного товарооборота (1-торг (структура));
  - Отчет о продаже и запасах товаров (4-торг (продажа));
  - Отчет о розничной торговле (1-торг (розница));
  - Отчет о деятельности организации оптовой торговли (1-торг (опт));
- прочие материалы:
  - заявки оптовой базы на товары;
  - данные о выборке фондов товаров;
  - оперативные данные о поступлении товаров в оптовые организации;
  - информация о покупательском спросе населения;
  - материалы, характеризующие материально-технический потенциал оптовой организации.

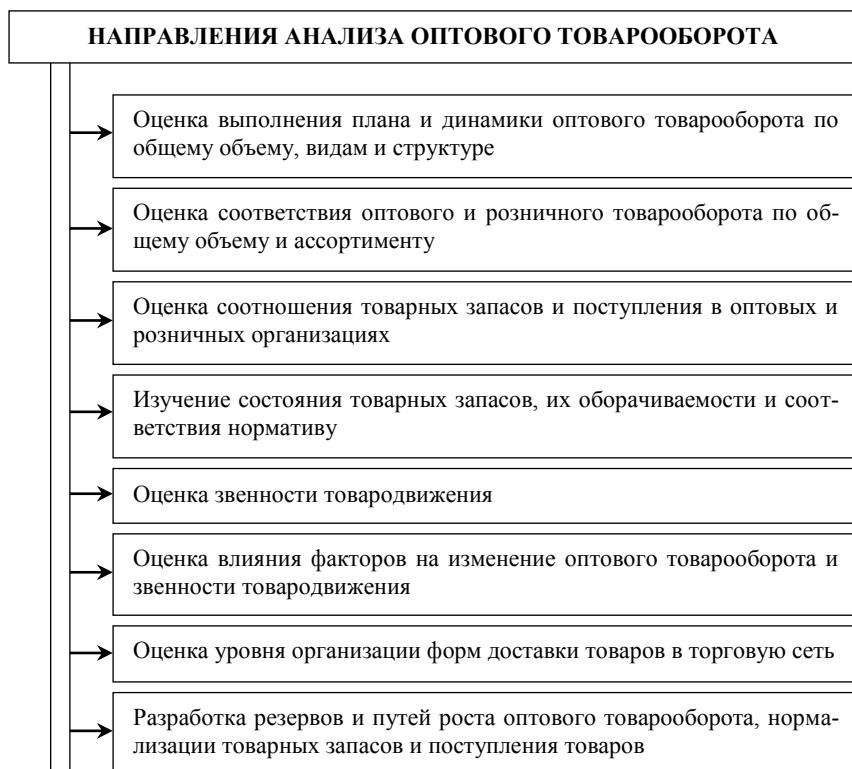


Рисунок 48 – Направления анализа оптового товарооборота

В современных условиях анализ оптового товарооборота приобретает ряд особенностей, которые можно сформулировать следующим образом:

- Обязательный учет при проведении экономического анализа оптового товарооборота и его показателей влияния ценового фактора путем расчета показателей динамики в текущих и сопоставимых ценах.

- Проведение экономического анализа результатов работы собственной розницы оптовых организаций, которая создается в составе целого ряда хозяйственных субъектов оптовой отрасли.

- Обязательная увязка анализа оптового товарооборота и его показателей с оценкой конечных финансовых результатов торговой деятельности: доходами и прибылью. При проведении анализа важно показать, как объемы оптовой реализации влияют на полноту получения доходов и прибыли от реализации товаров в оптовой организации.

Расчет влияния объемов оптовой реализации на величины доходов, прибыли отчетного года и прибыли от реализации товаров производится по следующим формулам:

$$\pm \Delta \sum \ddot{A} = \frac{(\hat{I}\hat{O}\hat{I}_1 - \hat{I}\hat{O}\hat{I}_0) \cdot \acute{O}\ddot{A}_0}{100};$$

$$\pm \Delta \sum \ddot{I}(\ddot{\delta}) = \frac{(\hat{I}\hat{O}\hat{I}_1 - \hat{I}\hat{O}\hat{I}_0) \cdot (\acute{O}\ddot{I}_0(\ddot{I}\ddot{\delta})_0 + \acute{O}\ddot{I}\ddot{I}\ddot{n}\ddot{o}_0)}{100},$$

где  $OTO_0$ ,  $OTO_1$  – оптовый товарооборот в отчетном и базисном годах, тыс. р.;

$UD_0$  – уровень валовых доходов от реализации в базисном году, %;

$UP_0(Pr)_0$  – уровень прибыли отчетного года (прибыли от реализации) в базисном году, %;

$UP_{пост}0$  – уровень условно-постоянных расходов в базисном году, тыс. р.;

$\Delta \sum D$ ,  $\Delta \sum Po(Pr)$  – изменение суммы доходов, прибыли отчетного года, прибыли от реализации под воздействием оптового товарооборота, тыс. р.

- Обеспечение сопоставимости экономического анализа оптового товарооборота и розничного товарооборота зоны обслуживания. Для этой цели применительно к деятельности оптовых организаций по-

требительской кооперации можно рекомендовать расчет следующих показателей:

- процент выполнения плана и показатели динамики оптового товарооборота и розничного товарооборота зоны обслуживания, их сопоставление (положительная динамика развития оптового товарооборота должна сопровождаться аналогичной тенденцией развития показателей розничного товарооборота зоны обслуживания);

- удельный вес оптового оборота межрайбаз областного подчинения в розничном товарообороте зоны обслуживания, в том числе по непродовольственным товарам;

- удельный вес оптового оборота оптовых баз районного звена в розничном товарообороте зоны обслуживания, в том числе по непродовольственным товарам;

- сопоставление прибыли от реализации товаров и прибыли отчетного года, а также их уровней в процентах к обороту в оптовом и розничном звеньях.

Таким образом, экономический анализ оптового товарооборота и его показателей приобретает в условиях рыночной конкуренции особую актуальность, так как от уровня его проведения зависят конкурентные позиции оптовых организаций на потребительском рынке.

*Анализ оптового товарооборота по общему объему и в ассортименте.* Важнейшим этапом анализа оптового товарооборота является исследование этого показателя по общему объему. В аналитической практике на данном этапе рекомендуется рассчитывать следующие показатели:

- Процент выполнения плана всего оптового товарооборота, в том числе по видам.

- Показатели динамики всего оптового товарооборота, в том числе по видам. В условиях роста цен показатели динамики оптового товарооборота рассчитываются и анализируются в действующих и сопоставимых ценах. Для расчетов используются индексы цен на потребительские товары.

- Процент выполнения плана и показатели динамики розничного товарооборота зоны обслуживания по сопоставимому кругу реализуемых товаров.

- Процент выполнения плана и показатели динамики оборота собственной розницы оптовой организации.

- Коэффициент складской звенности товародвижения и его изменение по сравнению с планом и предшествующим годом.

- Сумма излишнего (недостающего) оптового оборота в результате уменьшения коэффициента звенности товародвижения.

Анализ общего объема оптового товарооборота рекомендуется дополнять исследованием *ассортиментной структуры* этого показателя. На данном этапе ставятся и решаются следующие задачи:

- оценка влияния равномерности выполнения плана и динамики оптового товарооборота в разрезе товарных групп на продажу отдельных групп товаров в рознице;
- проверка соблюдения установленных схем завоза товаров;
- поиск неиспользованных резервов эффективности товародвижения.

В ходе анализа ассортиментной структуры оптового товарооборота определяется степень участия оптовой организации в обеспечении соответствующими товарами розничной торговли. Анализ выполнения плана поставки товаров организациями оптового звена в торговую сеть зоны их обслуживания должен проводиться ежеквартально за отчетный год по каждому получателю товаров. Для углубленного экономического анализа взаимосвязи оптового товарооборота и розничного оборота торговой сети зоны обслуживания целесообразно сопоставлять поступление товаров с базы с общим поступлением товаров в розничную сеть зоны обслуживания. При этом рассчитывается такой важный показатель деятельности оптовой организации, как доля ее участия в общем поступлении товаров в розничную торговую сеть. Расчет и анализ указанного показателя производится на основе утвержденных схем завоза товаров с оптовых организаций в розничную сеть зоны обслуживания.

При анализе ассортиментной структуры оптового товарооборота особое внимание уделяется оценке уровня организации работы оптовых организаций с поставщиками. В ходе исследования рекомендуется выявить факты недопоставки конкретных товарных групп по каждому поставщику, вскрыть причины недопоставок, провести анализ поставок товаров от промышленных организаций по прямым договорам.

Таким образом, анализ оптового товарооборота по общему объему и в ассортименте дает оценку общей картины изменения этого показателя.

## **10.2. Оценка факторов, воздействующих на оптовый товарооборот и звенность товародвижения**

Основные факторы, оказывающие влияние на оптовый товарооборот, приведены на рисунке 49.



Рисунок 49 – **Факторы, оказывающие влияние на оптовый товарооборот**

При расчете влияния факторов применяются методы сравнения, цепных подстановок, процентных чисел и др. (таблица 17).

Таблица 17 – **Методика расчета отдельных факторов на объем оптового товарооборота и звенность товародвижения**

Факторы	Методика расчета	Условные обозначения
1. Физический объем и цены	$\hat{I}\hat{O}\hat{I} = \hat{I}\hat{O}\hat{I}_{n-1} \cdot I\hat{o};$ $\Delta\hat{I}\hat{O}\hat{I}_{\hat{o}} = \hat{I}\hat{O}\hat{I}_{n-1} - \hat{I}\hat{O}\hat{I}_0;$ $\Delta\hat{I}\hat{O}\hat{I} = \hat{I}\hat{O}\hat{I}_1 - \hat{I}\hat{O}\hat{I}_{n-1}$	<p><i>ОТО</i> – оптовый товарооборот, тыс. р.;  <i>ОТО<sub>сop</sub></i> – оптовый товарооборот в сопоставимых ценах, тыс. р.;  <i>I<sub>ц</sub></i> – индекс оптовых цен;  <i>ΔОТО<sub>физ</sub></i> – изменение оптового товарооборота за счет физического объема продаж, тыс. р.;  <i>ОТО<sub>сop1</sub></i> – оптовый товарооборот отчетного года в сопоставимых ценах, тыс. р.;  <i>ΔОТО<sub>ц</sub></i> – изменение оптового товарооборота под влиянием цен, тыс. р.;  <i>ОТО<sub>1</sub></i>, <i>ОТО<sub>0</sub></i> – оптовый товарооборот отчетного и предшествующего годов, тыс. р.</p>
2. Товарные ресурсы	$\hat{I}\hat{O}\hat{I} = \hat{O}\hat{\zeta}\hat{I} + \hat{I} - \hat{O}\hat{\zeta}\hat{e} - \hat{O}\hat{o};$ $\Delta\hat{I}\hat{O}\hat{I}_{\hat{O}\hat{\zeta}\hat{I}} =$ $= (\hat{O}\hat{\zeta}\hat{I}_1 + \hat{I}_0 - \hat{O}\hat{\zeta}\hat{e}_0 - \hat{O}\hat{o}_0) -$ $- (\hat{O}\hat{\zeta}\hat{I}_0 + \hat{I}_0 - \hat{O}\hat{\zeta}\hat{e}_0 - \hat{O}\hat{o}_0);$	<p><i>ТЗ<sub>н</sub></i>, <i>ТЗ<sub>к</sub></i> – сумма товарных запасов на начало и конец года, тыс. р.;  <i>П</i> – объем поступления товаров, тыс. р.;  <i>У<sub>т</sub></i> – стоимостное выражение убыли и уценки товаров, тыс. р.;  <i>ΔОТО<sub>ТЗн</sub></i> – влияние на оптовый товарооборот изменения товарных запасов на начало года, тыс. р.;</p>

Продолжение таблицы 17

Факторы	Методика расчета	Условные обозначения
	$\Delta \hat{I} \partial \hat{I}_I =$ $= (\partial \zeta \hat{I}_1 + \hat{I}_1 - \partial \zeta \hat{I}_0 - \partial \partial_0) -$ $- (\partial \zeta \hat{I}_1 + \hat{I}_0 - \partial \zeta \hat{I}_0 - \partial \partial_0);$ $\Delta \hat{I} \partial \hat{I}_{\partial \zeta} =$ $= (\partial \zeta \hat{I}_1 + \hat{I}_1 - \partial \zeta \hat{I}_0 - \partial \partial_0) -$ $- (\partial \zeta \hat{I}_1 + \hat{I}_1 - \partial \zeta \hat{I}_0 - \partial \partial_0);$ $\Delta \hat{I} \partial \hat{I}_{\partial \partial} =$ $= (\partial \zeta \hat{I}_1 + \hat{I}_1 - \partial \zeta \hat{I}_0 - \partial \partial_1) -$ $- (\partial \zeta \hat{I}_1 + \hat{I}_1 - \partial \zeta \hat{I}_0 - \partial \partial_0)$	$\Delta OTO_{II}$ – влияние на оптовый товарооборот изменения поступления товаров, тыс. р.; $\Delta OTO_{T3k}$ – влияние на оптовый товарооборот изменения товарных запасов на конец года, тыс. р.; $\Delta OTO_{ym}$ – влияние на оптовый товарооборот изменения уценки и убыли товаров, тыс. р.; $T3_{H1}, T3_{H0}$ – товарные запасы на начало отчетного и предшествующего годов, тыс. р.; $T3_{K1}, T3_{K0}$ – товарные запасы на конец отчетного и предшествующего годов, тыс. р.; $\Pi_1, \Pi_0$ – объем товарного поступления отчетного и предшествующего годов, тыс. р.; $Um_1, Um_0$ – объем уценки и убыли товаров в отчетном и предшествующем годах, тыс. р.
3. Материально-техническая база и эффективность ее использования	$\hat{I} \partial \hat{I} = \hat{I} \cdot S;$ $\Delta \hat{I} \partial \hat{I}_I = (\hat{I}_1 - \hat{I}_0) S_1;$ $\Delta \hat{I} \partial \hat{I}_S = (S_1 - S_0) \hat{I}_0$	$H$ – объем оптового товарооборота на единицу складской площади или емкости за отчетный ( $H_1$ ) и предшествующий ( $H_0$ ) годы, тыс. р.; $S$ – общий размер складской площади или емкости за отчетный ( $S_1$ ) и предшествующий ( $S_0$ ) годы, м <sup>2</sup> , м <sup>3</sup> или т; $\Delta OTO_H$ – изменение оптового товарооборота за счет изменения оптового товарооборота на единицу площади или емкости, тыс. р.; $\Delta OTO_S$ – изменение оптового товарооборота под воздействием изменения площади или емкости, тыс. р.
4. Трудовые ресурсы и эффективность их использования	$\hat{I} \partial \hat{I} = \bar{\times} \cdot \hat{I} \partial \bar{O} ;$ $\Delta \hat{I} \partial \hat{I}_{\bar{\times}} = (\bar{\times}_1 - \bar{\times}_0) \hat{I} \partial \bar{O}_0 ;$ $\Delta \hat{I} \partial \hat{I}_{\bar{O}} = (\bar{O}_1 - \bar{O}_0) \hat{I} \partial \bar{I}_1$	$\bar{\times}$ – среднесписочная численность работников, чел.; $\Pi T$ – производительность труда, тыс. р.; $\Delta \hat{I} \partial \hat{I}_{\bar{\times}}$ – влияние на оптовый товарооборот изменения среднесписочной численности работников, тыс. р.;

Продолжение таблицы 17

Факторы	Методика расчета	Условные обозначения
		$\Delta OTO_{IT}$ – влияние на оптовый товарооборот изменения производительности труда, тыс. р.; $\bar{\times}_1, \bar{\times}_0$ – средняя численность работников в отчетном и предшествующем годах, чел.; $IT_1, IT_0$ – производительность труда работников в отчетном и предшествующем годах, тыс. р.
5. Товарные запасы и скорость их обращения	$\hat{I}\hat{O}\hat{I} = \bar{\bar{O}}_{\bar{C}}\bar{N};$ $\Delta\hat{I}\hat{O}\hat{I}_{\bar{O}_{\bar{C}}} = (\bar{\bar{O}}_{\bar{C}} - \bar{\bar{O}}_{\bar{C}_0})\bar{N}_0;$ $\Delta\hat{I}\hat{O}\hat{I}_{\bar{N}} = (\bar{N}_1 - \bar{N}_0)\bar{\bar{O}}_{\bar{C}}$	$\bar{\bar{O}}_{\bar{C}}$ – средний товарный запас, тыс. р.; $\bar{C}$ – скорость товарного обращения (оборачиваемость), раз; $\Delta\hat{I}\hat{O}\hat{I}_{\bar{O}_{\bar{C}}}$ – влияние на оптовый товарооборот изменения средней стоимости товарных запасов, тыс. р.; $\Delta OTO_C$ – влияние на оптовый товарооборот изменения скорости товарного обращения, тыс. р.; $\bar{\bar{O}}_{\bar{C}}, \bar{\bar{O}}_{\bar{C}_0}$ – средний товарный запас отчетного и предшествующего годов, тыс. р.; $\bar{C}_1, \bar{C}_0$ – скорость товарного обращения отчетного и предшествующего годов, раз
6. Структура розничного товарооборота и изменение схем завоза товаров (влияние на звенность товародвижения)	$\Delta\zeta\tilde{n}\hat{o}\hat{\delta} =$ $= \frac{(\hat{O}\hat{i}_0 \cdot \zeta\hat{i}_0) + (\hat{O}\hat{i}_0 \cdot \zeta\hat{i}_0)}{100} -$ $- \frac{(\hat{O}\hat{i}_1 \cdot \zeta\hat{i}_0) + (\hat{O}\hat{i}_1 \cdot \zeta\hat{i}_0)}{100};$ $\Delta\zeta\tilde{n}\hat{o}\hat{\delta}\hat{i} = \zeta_1 - \zeta_0 - \Delta\zeta\tilde{n}\hat{o}\hat{\delta}$	$\Delta Z_{стр}$ – изменение звенности товародвижения под воздействием изменения структуры розничного товарооборота, %; $U_{n1}, U_{n0}$ – удельный вес продовольственных товаров в розничном товарообороте в отчетном и предшествующем годах, %; $U_{n1}, U_{n0}$ – удельный вес непродовольственных товаров в розничном товарообороте в отчетном и предшествующем годах, %; $Z_{n0}$ – звенность товародвижения по продовольственным товарам в предшествующем году, %;

Факторы	Методика расчета	Условные обозначения
		$Z_{H0}$ – звенность товародвижения по непродовольственным товарам в предшествующем году, %; $\Delta Z_{схем}$ – изменение звенности товародвижения под влиянием изменения схем завоза, %; $Z_1$ – звенность товародвижения в отчетном году, %; $Z_0$ – звенность товародвижения в предшествующем году, %

### 10.3. Особенности анализа товарных запасов и поступления товаров в организации оптовой торговли

Методика анализа товарных запасов и товарооборачиваемости в оптовой торговле аналогична методике анализа этих показателей в розничной торговле. Особенностью анализа товарных запасов в опте является использование при расчетах объема оптового оборота, отражающего только реальное движение товаров через склад.

Анализ товарных запасов в оптовой организации осуществляется в следующей последовательности (рисунок 50).

Приведение фактических товарных запасов в оптовом звене в сопоставимый вид с нормативом определяется путем вычитания из них суммы товарных запасов сезонного хранения (если они имеются в наличии).

*Сравнение приведенных товарных запасов с нормативом и определение отклонений от норматива в сумме и в днях.* Отклонения от норматива в днях рассчитываются путем деления отклонений в сумме на однодневный плановый оптовый оборот.

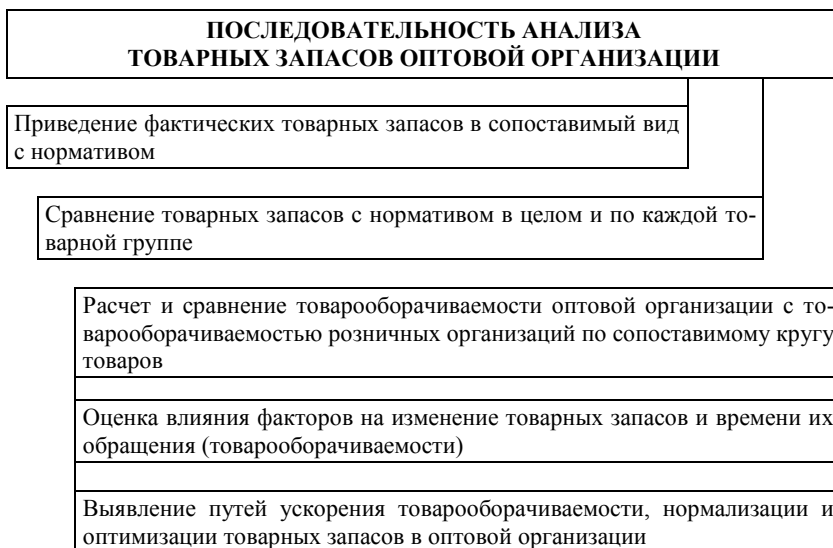
Проведение сравнительного анализа товарных запасов в оптовом и розничном звеньях, а также оценка их состояния в целом по торговой организации путем расчета товарооборачиваемости в опте и в рознице.

Количественная оценка влияния факторов, определяющих изменение товарных запасов и их товарооборачиваемости.

Выявление путей ускорения оборачиваемости, нормализации и оптимизации товарных запасов в оптовой торговле.

*Анализ товарных запасов в оптовой торговле* проводится как в разрезе кварталов, так и на внутриквартальные даты. При анализе товарных запасов на внутриквартальные даты их величина сопоставляется с нормативом текущего квартала.





**Рисунок 50 – Последовательность анализа товарных запасов  
оптовой организации**

Динамика суммы товарных запасов анализируется по взаимной увязке с динамикой оптовой реализации. Условием их рационального соотношения является опережение темпов роста оптового товарооборота над темпами роста товарных запасов.

Анализ товарных запасов проводится в целом по оптовой организации, а также по зоне ее обслуживания. Целесообразно в динамике изучать соотношение доли товарных запасов в оптовом звене и в розничной сети зоны его обслуживания. Увеличение доли товарных запасов в оптовой организации следует оценивать положительно при условии выполнения плана и роста розничного товарооборота зоны обслуживания, так как концентрация большей части товарных запасов в опте позволяет более оперативно маневрировать товарными ресурсами.

Анализ товарных запасов рекомендуется дополнять анализом товарооборачиваемости. В оптовой торговле этот показатель целесообразно рассчитывать по оптовой организации и в целом по зоне ее обслуживания. При этом фактическая товарооборачиваемость в днях в целом по зоне обслуживания оптовой организации исчисляется путем деления суммы средних товарных запасов в опте и рознице за год (квартал, месяц) на однодневный фактический товарооборот розничной торговли в покупных ценах (без торговой надбавки и НДС).

Особое внимание уделяется факторному анализу товарооборачиваемости, так как его итоги могут быть положены в основу поиска путей ускорения оборачиваемости и оптимизации товарных запасов в оптовой организации, а это в свою очередь является неперенным условием укрепления конкурентных позиций оптовых организаций.

К факторам, влияющим на товарооборачиваемость в оптовом звене, относятся организация и частота завоза товаров, объем их оптовой реализации, ассортиментная структура оптового товарооборота.

Применительно к деятельности оптовых организаций представляет интерес расчет влияния структуры оптового оборота на показатель товарооборачиваемости. Алгоритм расчета влияния данного фактора можно представить в следующем порядке:

- Определение структуры оптового оборота оптовой организации за базисный ( $C_0$ ) и отчетный ( $C_1$ ) периоды.
- Определение процентных чисел по укрупненной товарной структуре оптового товарооборота путем умножения товарооборачиваемости за базисный период ( $T_0$ ) на структуру оптового оборота за отчетный период ( $C_1$ ).
- Расчет итогового процентного числа путем суммирования процентных чисел по укрупненным товарным группам.
- Определение влияния структуры оптового оборота на показатель товарооборачиваемости по формуле

$$\frac{\% \text{ ÷ } \text{н\%и\%}}{100} - \dot{O}_0.$$

Методика анализа товарных запасов и товарооборачиваемости в разрезе товарных групп аналогична методике анализа этих показателей по общему объему.

Анализ запасов в разрезе товарных групп необходимо проводить во взаимной увязке с состоянием товарных запасов в розничной торговой сети зоны обслуживания, что позволяет принимать оперативные решения по управлению запасами товаров.

Развитие оптового товарооборота сопровождается его товарным обеспечением, формализованно представленным объемом поступления товаров в оптовую организацию и их запасами на начало периода.

*Анализ поступления товаров* проводится по источникам поступления товаров и конкретным производителям. Его методика предполагает расчет следующих аналитических показателей:

- процента выполнения плана и динамики поступления;

- коэффициентов равномерности и ритмичности выполнения плана поступления;
- соблюдения ассортимента и качества поступления товаров.

На заключительном этапе производится балансовая увязка показателей оптового товарооборота и ее анализ с учетом того, что основной задачей оптовых организаций является бесперебойная поставка товаров в розничную торговую сеть.

Таким образом, в условиях рыночной конкуренции для обеспечения прибыльной работы оптовых организаций экономический анализ оптовой организации и его показателей приобретает особую значимость.

#### **10.4. Методические подходы к расчету плана оптового товарооборота и звенности товародвижения**

В условиях рыночной экономики планирование оптового товарооборота должно быть направлено на максимальное обеспечение бесперебойного снабжения торговых организаций, обслуживаемых оптовым звеном, товарами народного потребления.

Целью планирования оптового товарооборота является определение потребности в товарах оптовой организации и источников их поступления для обеспечения розничного товарооборота торговых организаций, снабжение которых она осуществляет.

Информационная база для планирования оптового товарооборота включает следующие источники:

1. Результаты анализа выполнения плана и динамики оптового товарооборота и звенности товародвижения за предыдущий период.
2. Информация о заключенных с поставщиками и покупателями договорах на поставку товаров.
3. Планы розничного товарооборота по общему объему и ассортиментной структуре зоны обслуживания.
4. Расчеты необходимого поступления товаров в ассортиментном разрезе в организации розничной торговой сети и общественного питания зоны обслуживания на планируемый год.
5. Планы производства товаров народного потребления, в том числе за счет собственных источников.
6. Результаты проведения оптовых ярмарок.
7. Комплекс намечаемых мероприятий по упорядочению звенности товародвижения и схем завоза товаров на планируемый период.

Оптовые организации должны самостоятельно разрабатывать и утверждать следующие плановые показатели: общий (весь) товаро-

оборот организаций оптовой торговли, оптовый товарооборот, потоварные нормативы товарных запасов; товарное обеспечение плана оптового товарооборота и поступления товаров по общему объему и в ассортименте.

При планировании оптового товарооборота применяются методы, приведенные на рисунке 51.



Рисунок 51 – Основные методы планирования оптового товарооборота

В условиях рыночной конкуренции целесообразно применять многовариантные подходы к планированию оптового товарооборота, что позволит выбрать наиболее оптимальный и обоснованный вариант плана.

*Первым вариантом*, наиболее традиционным и распространенным в практической деятельности оптовых организаций, в том числе системы потребительской кооперации, является метод от частного к общему. Его сущность заключается в первоначальном планировании оптового товарооборота в разрезе отдельных товарных групп. Затем на основании обобщения рассчитанных планов определяется общая плановая сумма оптового товарооборота. Использование такого варианта планирования дает возможность оптовым торговым организациям ориентироваться на рационализацию звенности товародвижения.

Реализация данного варианта планирования оптового товарооборота осуществляется по следующей схеме:

1. Определение общей потребности в данной товарной группе (*Поб*), которая складывается из потребностей организаций розничной торговли (*Прозн*), общественного питания (*Побиц*) и промышленности (*Пром*):

$$Поб = Прозн + Побиц + Пром .$$

2. Определение объема поставок данной товарной группы, минуя складское звено (*Омин.скл.*).

3. Расчет объема оптового оборота по данной товарной группе (*ОТО*):

$$ОТО = Поб - Омин.скл.$$

4. Определение в соответствии с установленными схемами завоза товаров объема оборота торгового посредничества, а также других видов оптового оборота.

5. Определение всего объема оптового товарооборота путем суммирования различных видов оптового товарооборота.

При *втором варианте* планирования обоснование проекта плана общего объема оптового товарооборота предполагает использование в качестве исходных данных следующей информации: плана общего объема розничного товарооборота зоны деятельности оптовой организации; доли ее участия в обеспечении розничного товарооборота зоны обслуживания. По оптовым организациям, выступающим в качестве головных по закупке товаров и осуществляющим переотправку товаров другим базам, необходимо учитывать объемы переотправок конкретных товаров другим оптовым организациям.

В ходе планирования используются данные анализа развития оптового и розничного товарооборота за предыдущий период, схемы товародвижения, устанавливается взаимосвязь оптового и розничного товарооборота зоны обслуживания, определяется доля оптовой организации в обеспечении розничного товарооборота, а также объемы переотправок конкретных товарных групп другим оптовым организациям вне зоны ее деятельности.

На базе проведенного анализа путем экспертной оценки устанавливается доля участия оптовой организации в обеспечении розничного товарооборота зоны обслуживания. Затем на основе использования плана общего объема розничного товарооборота зоны обслуживания и спрогнозированной доли оптовой организации делается расчет плана общего объема оптового товарооборота на предстоящий период (год и более).

### *Пример решения задачи*

Необходимо определить на планируемый год объем оптового товарооборота с учетом прогнозной доли участия оптовой организации в обеспечении розничного товарооборота зоны обслуживания. Фактический розничный товарооборот зоны обслуживания составил в отчетном году 6 645,4 тыс. р., оптовый товарооборот оптовой организации – 3 251,4 тыс. р. Путем экспертной оценки предусмотрено повысить долю участия оптовой организации в обеспечении розничного товарооборота зоны обслуживания на 3,5 процентных пункта. Розничный товарооборот зоны обслуживания запланирован в размере 6 930 тыс. р.

#### *Решение*

1. Определяем долю участия оптовой организации в обеспечении розничного товарооборота зоны обслуживания в отчетном году:  
 $3\,251,4 : 6\,645,4 \cdot 100 = 48,9\%$ .

2. Находим прогнозную долю участия оптовой организации в обеспечении розничного товарооборота:  $48,9 + 3,5 = 52,4\%$ .

3. Определяем плановый объем оптового товарооборота:  $\frac{6\,930 \cdot 52,4}{100} = 3\,631,3$  тыс. р.

*Третий вариант* планирования оптового товарооборота предполагает определение его плановой величины исходя из потребности оптовой организации в сумме целевой прибыли, а также размера средств на оплату труда. Данный вариант планирования требует учета действующей системы налогообложения в Республике Беларусь. Кроме того, могут быть использованы существующие подходы к определению экономических границ деятельности торговой организации, в том числе оптовой, т. е. точки безубыточности и точки минимальной рентабельности по оптовому товарообороту.

*Четвертый вариант.* По отдельным товарным группам, по которым проявляется четкая тенденция зависимости развития оптового товарооборота от розничного в зоне деятельности оптовой организации, плановую реализацию товаров можно определить с помощью коэффициентов эластичности оптового товарооборота от розничного по соответствующим группам товаров.

Коэффициент эластичности свидетельствует об относительном увеличении или снижении оптовой реализации товаров по товарной

группе на каждый процент изменения розничного товарооборота зоны обслуживания. Он определяется следующим образом:

$$\hat{E}_y = \frac{\Delta \hat{O} \hat{I} \hat{O} \hat{a}}{\Delta \hat{D} \hat{O} \hat{I} \hat{O} \hat{a}},$$

где  $K_{\varepsilon}$  – коэффициент эластичности;

$\Delta OTOm_{\varepsilon}$  – среднегодовой темп прироста оптового оборота по товарной группе, %;

$\Delta PTOm_{\varepsilon}$  – среднегодовой темп прироста розничного товарооборота по товарной группе в зоне обслуживания, %.

Общий объем оптового товарооборота при данном варианте планирования определяется путем суммирования запланированных продаж товаров по ассортиментной структуре.

Методы планирования оптового товарооборота приведены в таблице 18.

Таблица 18 – Методы планирования оптового товарооборота

Метод	Формула расчета	Условные обозначения
1. На основании товарной структуры оптового товарооборота	$\hat{I} \hat{O} \hat{I} = \sum \hat{I} \hat{O} \hat{I} \hat{O} \hat{a} ;$ $\hat{I} \hat{O} \hat{I} \hat{O} \hat{a} = \hat{I} \hat{a} \hat{u} - \hat{I} \hat{I} \hat{I} \hat{O} ;$ $\hat{I} \hat{a} \hat{u} = \hat{I} \hat{O} \hat{I} \hat{O} \hat{a} + \hat{I} \hat{a} \hat{u} + \hat{I} \hat{O} \hat{I} \hat{O} \hat{a} + \hat{I} \hat{O} \hat{I} \hat{O} \hat{a}$	<p><math>OTO_{\text{пл}}</math> – плановый объем оптового товарооборота, тыс. р.;</p> <p><math>\sum OTOm_{\varepsilon}</math> – сумма оптового товарооборота по товарным группам, тыс. р.;</p> <p><math>OTOm_{\varepsilon}</math> – оптовый товарооборот по товарной группе, тыс. р.;</p> <p><math>П_{\text{общ}}</math> – общая потребность обслуживаемых организаций в данной товарной группе, тыс. р.;</p> <p><math>П_{\text{пост}}</math> – объем прямых поставок в организации от производителей, тыс. р.;</p> <p><math>П_{\text{розн}}</math> – потребность организаций розничной торговли, тыс. р.;</p> <p><math>П_{\text{общ}}</math> – потребность организаций общественного питания, тыс. р.;</p> <p><math>П_{\text{пром}}</math> – потребность промышленных организаций, тыс. р.;</p> <p><math>П_{\text{инд}}</math> – потребность индивидуальных предпринимателей, тыс. р.</p>

## Окончание таблицы 18

Метод	Формула расчета	Условные обозначения
2. На основании плановой звенности товародвижения	$\hat{I}\hat{\partial}\hat{f}\hat{i} = \frac{\hat{D}\hat{\partial}\hat{f}\hat{i} \cdot \hat{\zeta}\hat{i}}{100}$	<i>PTOn</i> – плановый объем розничного товарооборота зоны обслуживания, тыс. р.; <i>Зп</i> – прогнозная складская звенность товародвижения, %
3. На основании определения «критических» объемов деятельности	$\hat{\partial}\hat{a} = \frac{\hat{D}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{\partial}}{\hat{O}\hat{A} - \hat{O}\hat{B}\hat{i}\hat{a}\hat{\partial}} \cdot 100;$ $\hat{\partial}\hat{i}\hat{\partial} = \frac{\hat{D}\hat{i}\hat{i}\hat{n}\hat{\partial} + \hat{f}\hat{i}\hat{\partial}\hat{i}}{\hat{O}\hat{A} - \hat{O}\hat{B}\hat{i}\hat{a}\hat{\partial}} \cdot 100$	<i>Тб</i> – точка безубыточности, тыс. р.; <i>Pпост</i> – плановая сумма постоянных расходов, тыс. р.; <i>УД</i> – плановый уровень доходов от реализации, %; <i>УРпер</i> – плановый уровень переменных расходов, %; <i>Тмр</i> – точка минимальной рентабельности, тыс. р.; <i>Пмин</i> – минимальная прибыль, тыс. р.
4. С использованием коэффициента эластичности	$\hat{E}\hat{y}\hat{e} = \frac{\Delta\hat{I}\hat{\partial}\hat{f}\hat{\partial}\hat{a}}{\Delta\hat{D}\hat{\partial}\hat{f}\hat{\partial}\hat{a}};$ $\hat{\partial}_{\hat{f}\hat{\partial}\hat{a}} = \hat{E}\hat{y}\hat{e} \cdot \Delta\hat{D}\hat{\partial}\hat{f}\hat{\partial}\hat{a};$ $\hat{I}\hat{\partial}\hat{f}\hat{\partial}\hat{a}_{\hat{i}} =$ $= \hat{I}\hat{\partial}\hat{f}\hat{\partial}\hat{a}_{\hat{i}\hat{e}} \cdot \hat{I}_{\hat{I}\hat{\partial}\hat{f}\hat{\partial}\hat{a}} \cdot \hat{I}\hat{o};$ $\hat{I}\hat{\partial}\hat{f}\hat{i} = \sum \hat{I}\hat{\partial}\hat{f}\hat{\partial}\hat{a}$	<i>Кэл</i> – коэффициент эластичности оптового товарооборота от розничного товарооборота по товарной группе; <i>ΔOTOmг</i> – среднегодовой темп прироста оптового товарооборота в сопоставимых ценах, %; <i>ΔPTOmг</i> – среднегодовой темп прироста розничного товарооборота в сопоставимых ценах, %; <i>TOTOmг</i> – плановый темп прироста оптового товарооборота по товарной группе, %; <i>OTOmг<sub>n</sub></i> – плановый объем оптового товарооборота по товарной группе, тыс. р.; <i>OTOmг<sub>ож</sub></i> – ожидаемый оптовый товарооборот по товарной группе в отчетном году, тыс. р.; <i>IOTOmг</i> – плановый индекс роста оптового товарооборота по товарной группе; <i>Iц</i> – прогнозный индекс цен по товарной группе, раз
5. На основании балансовой увязки показателей оптового товарооборота	$\hat{I}\hat{\partial}\hat{f}\hat{i} = \hat{\zeta}\hat{i} + \hat{f}\hat{i} - \hat{f}\hat{e}$	<i>Зн</i> – товарные запасы на начало периода, тыс. р.; <i>Пп</i> – план поступления, тыс. р.; <i>Нк</i> – норматив товарных запасов на конец периода, тыс. р.



На заключительном этапе каждый вариант плана подвергается оценке, а затем принимается окончательный вариант проекта плана оптового товарооборота. При этом должен соблюдаться принцип логической оценки каждого варианта плана оптового товарооборота с последующим отбором наиболее оптимального.

Таким образом, успешное функционирование оптовых организаций на рынке товаров и услуг во многом зависит от экономически обоснованного планирования их объемов деятельности.

### **10.5. Планирование товарных запасов и поступления товаров**

Целью планирования товарных запасов в оптовой торговле является обеспечение достаточного размера товаров в оптовом звене для бесперебойного снабжения розничной торговой сети.

В соответствии с функциональным назначением оптовой торговли необходимо увеличивать долю товарных запасов в оптовом звене. Кроме того, обоснованное размещение товарных запасов между оптовым и розничным звеньями требует комплексного подхода к их планированию, который должен также предусматривать рационализацию товародвижения. Важнейшим этапом планирования товарных запасов в оптовой организации является их нормирование. Оптовые организации должны разрабатывать нормативы товарных запасов в разрезе товарных групп и в целом по организации.

К основным методам нормирования товарных запасов в оптовой торговле следует отнести:

- экономико-статистический (скользящей средней и др.);
- нормирование товарных запасов с учетом их среднегодового изменения (применяется в случае поступательного развития оптовых организаций);
- нормирование товарных запасов с использованием их эластичности;
- индексный;
- экономико-математическое моделирование;
- технико-экономические расчеты (рисунок 52).

## МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ

### Экономико- статистические

**1. Метод скользящей средней (на основании нормативов товарных запасов в днях за предшествующие годы).**

**2. Метод удельных приращений:**

$$\dot{\bar{O}}\dot{\bar{C}}i = \frac{\dot{\bar{O}}\dot{\bar{C}}i\dot{\bar{O}} - (\Delta\dot{\bar{I}}\dot{\bar{O}}\dot{\bar{H}}\dot{\bar{e}} \cdot \dot{\bar{O}}\dot{\bar{I}} + 100)}{100},$$

где  $T3n$  – плановая сумма товарных запасов на конец периода, тыс. р.;

$T3отч$  – сумма товарных запасов на конец отчетного периода, тыс. р.;

$\Delta OTO_{пл}$  – плановый темп прироста оптового товарооборота в действующих ценах, %;

$УП$  – удельное приращение (соотношение среднегодовых темпов прироста товарных запасов и оптового товарооборота), коэффициент.

**3. Модель Уилсона:**

$$\dot{\bar{O}}\dot{\bar{C}}i = \sqrt{L \cdot \dot{\bar{I}}\dot{\bar{O}}\dot{\bar{H}}\dot{\bar{e}}},$$

где  $L$  – коэффициент соотношения товарных запасов ( $T3$ ) и оптового товарооборота ( $OTO$ ) в отчетном году

$$\left( L = \frac{\dot{\bar{O}}\dot{\bar{C}}}{OTO} \right);$$

$OTO_{пл}$  – плановый объем оптового товарооборота, тыс. р.

### Технико- экономических расчетов

Формула

$$\dot{\bar{I}}\dot{\bar{a}}\dot{\bar{t}} = \dot{\bar{I}} + \frac{\dot{\bar{I}}}{2},$$

где  $Hдн$  – норматив товарных запасов, дней;

$M$  – минимальный запас, дней;

$\frac{\dot{\bar{I}}}{2}$  – запас текущего пополнения, дней

Рисунок 52 – Методы планирования товарных запасов в оптовой торговле

### *Пример решения задачи*

Определите норматив товарных запасов оптовой базы по группе «Чулки и носки» на основе следующих данных:

- количество разновидностей по ассортиментному перечню – 124 ед.;
- количество разновидностей, поступающих в одной партии, – 10 ед.;
- интервал между завозами – 9 дней;
- время, необходимое на складские операции, – 2 дня;
- резервный запас на случай неравномерности поставки – 20%;
- резервный запас на случай повышенного спроса – 20%.

#### *Решение*

1. Минимальный запас равен

$$\dot{I} = 2 + \frac{9 \cdot 20}{100} + \frac{9 \cdot 20}{100} = 5,6 \text{ (дней)}.$$

2. Норматив составляет

$$\dot{I} = 5,6 + 9 : \left( 2 \cdot \frac{10}{124} \right) = 61,5 \text{ (дней)} \approx 62 \text{ (дней)}.$$

Заключительным этапом планирования оптового товарооборота является расчет его товарного обеспечения и определение источников поступления товаров в оптовую организацию. Расчет товарного обеспечения оптового товарооборота может производиться в натуральных и стоимостных показателях.

Товарное обеспечение (поступление) плана оптового товарооборота определяется исходя из формулы балансовой увязки.

Планы товарного обеспечения оптового товарооборота устанавливаются на год и уточняются ежеквартально с учетом изменений в объемах поступления товарных ресурсов.

Таким образом, балансовая взаимозависимость показателей оптового товарооборота позволяет запланировать не только величину оптового товарооборота, но и объем и структуру закупки, а также поступление товаров в оптовые организации в разрезе их приобретения.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### *Нормативная правовая литература*

**Конституция** Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 нояб. 2004 г.). – Минск : Амалфея, 2005. – 48 с.

**Национальная** стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года : одобрена на заседании Президиума Совета Министров Респ. Беларусь от 10 февр. 2015 г. // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

**Национальный** стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность» : утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 12 дек. 2016 г. № 104 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2016. – № 8/31602.

**Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2016.

**Гражданский** кодекс Республики Беларусь : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 19 нояб. 1998 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2001. – № 2/744.

**Трудовой** кодекс Республики Беларусь : принят Палатой представителей 8 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 30 июня 1999 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 1999. – № 2/70.

**Налоговый** кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) : принят Палатой представителей 11 дек. 2009 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 18 дек. 2009 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2009. – № 71.

**О потребительской** кооперации : Закон Респ. Беларусь от 25 февр. 2002 г. № 93-З // Вести потрешкооперации. – 2002. – № 11. – С. 4–5.

**О государственном** регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 8 янв. 2014 г. № 128-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

**О мерах** по реализации постановления Совета Министров Республики Беларусь от 23 декабря 2014 г. № 1227 : постановление М-ва торговли Респ. Беларусь от 24 дек. 2014 г. № 41 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

**Общегосударственный** классификатор Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности» : постановление Госстандарта Респ. Беларусь от 5 дек. 2011 г. № 85 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

**О бухгалтерском** учете и отчетности : Закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2013.

**О ценообразовании** : Закон Респ. Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 // Нац. экон. газ. – 1999. – № 21. – С. 2–4.

**Об индексации** доходов населения с учетом инфляции : Закон Респ. Беларусь от 21 дек. 1990 г. № 476-ХП // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2001. – № 2/279.

**Об установлении** и порядке повышения размера минимальной заработной платы : Закон Респ. Беларусь от 17 июля 2002 г. № 124-3 // Гл. бухгалтер. – 2002. – № 29. – С. 17.

**О стимулировании** работников организаций отраслей экономики : Декрет Президента Респ. Беларусь от 23 янв. 2009 г. № 2 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2009.

**О некоторых** вопросах стимулирования реализации продукции, товаров (работ, услуг) : Указ Президента Респ. Беларусь от 23 янв. 2009 г. № 49 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Элек-

тронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2009.

**О некоторых** мерах по совершенствованию государственного регулирования в области оплаты труда : Указ Президента Респ. Беларусь от 10 мая 2011 г. № 181 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

**О мерах** по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 30 мая 2003 г. № 724 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2003. – № 5.

**О внесении** изменений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 31 июля 2014 г. № 744 «Об оплате труда работников» : постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 янв. 2015 г. № 47 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

**О совершенствовании** оплаты труда работников объектов торговли и нормативах численности отдельных категорий работников : постановление Правления Белкоопсоюза от 4 июня 2010 г. № 227/1. – Минск : Белкоопсоюз, 2010. – 8 с.

**О порядке** определения размера доплаты до минимальной заработной платы : письмо М-ва труда и соц. защиты Респ. Беларусь от 14 мая 2011 г. № 03-03-14/2251П // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

**Об оплате** труда работников организаций потребительской кооперации : постановление Правления Белкоопсоюза от 31 июля 2013 г. № 189/31. – Минск : Белкоопсоюз, 2013.

**Об установлении** нормативных сроков службы основных средств и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства экономики Республики Беларусь : постановление М-ва экономики Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г. № 161 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

**Об утверждении** рекомендаций по применению гибких систем оплаты труда в коммерческих организациях : постановление М-ва труда и социальной защиты Респ. Беларусь от 21 окт. 2011 г. № 104 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

**Инструкция** о порядке, условиях и размерах выплаты компенсаций за подвижной и разъездной характер работы, производство работ вахтовым методом, постоянную работу в пути, работу вне места жительства (полевое довольствие) : утв. постановлением М-ва труда и социальной защиты Респ. Беларусь от 25 июля 2014 г. № 70 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

**Инструкция** о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов : постановление М-ва экономики Респ. Беларусь, М-ва финансов Респ. Беларусь, М-ва архитектуры и строительства Респ. Беларусь от 27 февр. 2009 г. № 37/18/6 // Гл. бухгалтер. – 2009. – № 24. – С. 10–43.

**Инструкция** о порядке переоценки основных средств, не завершенных строительством объектов и неустановленного оборудования : постановление М-ва экономики Респ. Беларусь, М-ва финансов Респ. Беларусь, М-ва архитектуры и строительства Респ. Беларусь от 5 нояб. 2010 г. № 162/131/37 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

**Инструкция** по бухгалтерскому учету основных средств : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 апр. 2012 г. № 26 // Гл. бухгалтер. – 2012. – № 34. – С. 13–22.

**Методика** по расчету производительности труда : постановление Нац. стат. комитета Респ. Беларусь от 14 окт. 2015 г. № 142 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

**Методические** рекомендации по формированию и распределению фонда заработной платы работников коммерческих организаций от-

раслей материального производства : постановление М-ва труда и социальной защиты Респ. Беларусь от 30 нояб. 2007 г. № 160 // Бюллетень М-ва труда и социальной защиты Респ. Беларусь. – 2007. – № 12. – С. 8–41.

**Методические** рекомендации по разработке прогнозов развития организаций потребительской кооперации на 5 лет : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 9 янв. 2007 г. № 10. – Минск : Белкоопсоюз, 2007.

**Методические** указания по управлению товарными ресурсами в системе потребительской кооперации : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 13 нояб. 2014 г. № 804. – Минск : Белкоопсоюз, 2014.

**Рекомендации** по оплате труда работников торговли и общественного питания : постановление М-ва торговли Респ. Беларусь от 10 авг. 2011 г. № 33 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

**Рекомендации** по определению тарифных ставок (окладов) работников коммерческих организаций и о порядке их повышения : постановление М-ва труда и соц. защиты Респ. Беларусь от 11 июля 2011 г. № 67 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

**Указания** по заполнению в формах государственных статистических наблюдений статистических показателей по труду : утв. постановлением М-ва статистики и анализа Респ. Беларусь от 29 июля 2008 г. № 92 (с учетом доп. и изм.) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

**Указания** по заполнению формы государственной статистической отчетности 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» : утв. постановлением Нац. стат. комитета Респ. Беларусь от 11 июля 2016 г. № 82 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.



**Абрютина, М. С.** Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности : учеб. пособие / М. С. Абрютина. – М. : Дело и Сервис, 2010. – 464 с.

**Алексеев, Н. А.** Экономика промышленного предприятия : учеб. пособие / Н. А. Алексеев, И. Н. Гурова. – Минск : Изд-во Гревцова, 2009. – 264 с.

**Альбеков, А. У.** Экономика коммерческого предприятия / А. У. Альбеков, С. А. Соголонян. – Ростов н/Д : Феникс, 2002.

**Арсенова, Е. В.** Справочное пособие в схемах по дисциплине «Экономика организаций (предприятий)» / Е. В. Арсенова. – М. : Финансы и статистика, 2006.

**Бабук, И. М.** Экономика предприятия : учеб. пособие для студентов техн. специальностей / И. М. Бабук. – Минск : ИВЦ Минфина, 2006.

**Бланк, И. А.** Торговый менеджмент / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр, 2004. – 784 с.

**Владимирова, Л. П.** Экономика труда : учеб. пособие / Л. П. Владимирова. – М. : Даньков и К<sup>о</sup>, 2000.

**Владыко, А. В.** Бизнес-планирование : учеб. пособие / А. В. Владыко, Р. П. Валевиц. – Минск : БГЭУ, 2012. – 455 с.

**Володько, О. В.** Экономика организации : учеб. пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй ; под ред. О. В. Володько. – Минск : Выш. шк., 2012. – 399 с.

**Головачев, А. С.** Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / А. С. Головачев. – Минск : Выш. шк., 2015. – 688 с.

**Гомонко, Э. А.** Управление затратами на предприятии : учеб. / Э. А. Гомонко. – М. : КноРус, 2010. – 320 с.

**Ерохина, Л. И.** Экономика предприятия в сфере товарного обращения : учеб. / Л. И. Ерохина, Т. И. Марченко. – М. : КноРус, 2016. – 304 с.

**Жудро, М. К.** Экономика предприятия. Практикум : учеб. пособие / М. К. Жудро. – Минск : БГЭУ, 2009. – 367 с.

**Иванов, Г. Г.** Экономика торгового предприятия : учеб. / Г. Г. Иванов. – М. : Академия, 2010. – 320 с.

**Иванов, Г. Г.** Экономика организации (торговля) : учеб. / Г. Г. Иванов. – М. : Инфра-М, 2012. – 352 с.

**Управление** торговой организацией : учеб. / Г. Г. Иванов [и др.]. – М. : Инфра-М, 2015. – 368 с.

**Ильин, А. И.** Планирование на предприятии. В 2 ч. Стратегическое планирование : учеб. пособие / А. И. Ильин. – М. : Инфра-М, 2000.

**Ильин, А. И.** Планирование на предприятии : учеб. пособие. В 2 ч. Ч. 1 / под общ. ред. А. И. Ильина. – Минск : Новое знание, 2000.

**Коробкин, А. З.** Эффективность и конкурентоспособность организаций торговли : пособие / А. З. Коробкин. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2010. – 80 с.

**Коробкин, А. З.** Эффективность и конкурентоспособность функционирования организаций торговли: теоретико-методические аспекты : моногр. / А. З. Коробкин. – Гомель : КИПУП «Сож», 2005.

**Коробкин, А. З.** Доходы и прибыль организаций торговли : пособие / А. З. Коробкин. – 2-е изд., пересм. и доп. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2010. – 116 с.

**Коробкин, А. З.** Экономика организации отрасли : учеб. пособие / А. З. Коробкин. – Минск : Изд-во Гревцова, 2013. – 288 с.

**Коробкин, А. З.** Экономика торговли : учебное наглядное пособие. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2015. – 344 с.

**Кравченко, Л. И.** Анализ хозяйственной деятельности в торговле : учеб. / Л. И. Кравченко. – Минск : Новое знание, 2009. – 511 с.

**Лебедева, С. Н.** Экономика и организация труда : учеб. / С. Н. Лебедева, Л. В. Мисникова. – Минск : Мисанта, 2002.

**Мисникова, Л. В.** Управление трудом и его мотивация в торговле : моногр. / Л. В. Мисникова. – Минск : Бел. навука, 2001.

**Организация** коммерческой деятельности : справ. пособие / С. Н. Виноградова [и др.]. – Минск : Выш. шк., 2000.

**Организация** труда : учеб. / Т. В. Емельянова [и др.] ; под общ. ред. Л. В. Мисниковой. – Минск : Выш. шк., 2004.

**Парамонова, Т. Н.** Конкурентоспособность предприятия розничной торговли : учеб. пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. – М. : КноРус, 2008. – 120 с.

**Петров, П. В.** Экономика товарного обращения / П. В. Петров, А. Н. Соломатин. – М. : Инфра-М, 2001.

**Повышение** эффективности использования ресурсов в торговле : моногр. / Е. Е. Шишкова [и др.]. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2010. – 424 с.

**Попов, Е. М.** Финансы организаций : учеб. / Е. М. Попов. – Минск : Выш. шк., 2015. – 431 с.

**Раицкий, К. А.** Экономика и управление в организациях торговли : учеб. пособие / К. А. Раицкий. – М. : Аспект-Пресс, 2009. – 191 с.

**Савицкая, Г. В.** Анализ эффективности деятельности предприятия: методологические аспекты / Г. В. Савицкая. – 2-е изд., испр. – М. : Новое знание, 2004. – 160 с.

**Савицкая, Г. В.** Теория анализа хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – М. : Инфра-М, 2008. – 288 с.

**Савицкая, Г. В.** Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. / Г. В. Савицкая. – М. : Инфра-М, 2016. – 608 с.

**Суслова, Ю. Ю.** Доходы предприятия торговли : учеб. пособие / Ю. Ю. Суслова, Н. Н. Терещенко. – М. : Инфра-М, 2014. – 136 с.

**Фридман, А. М.** Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества : учеб. / А. М. Фридман. – М. : Дашков и К<sup>о</sup>, 2015. – 628 с.

**Хамидулина, Г. Р.** Издержки обращения: учет, анализ, контроль / Г. Р. Хамидулина. – М. : Экзамен, 2004.

**Чернов, В. А.** Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес / В. А. Чернов ; под ред. М. И. Баканова. – М. : ЮНИТИ-Дана, 2012. – 639 с.

**Шакланова, Р. И.** Экономика торговой отрасли : учеб. / Р. И. Шакланова. – М. : Юрайт, 2015. – 468 с.

**Экономика** и организация деятельности торгового предприятия : учеб. пособие / под общ. ред. А. Н. Саломатина. – М. : Инфра-М, 2004.

**Экономика** организации отрасли : курс лекций / Т. Н. Сыроед [и др.] ; под общ. ред. А. З. Коробкина. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2016. – 292 с.

**Экономика** организаций торговли : учеб. пособие / под ред. Р. П. Валевиц, Г. А. Давыдовой. – Минск : БГЭУ, 2010. – 671 с.

**Экономика** отрасли: торговля и общественное питание : учеб. / Е. А. Карпенко [и др.]. – М. : Альфа-М, 2009. – 244 с.

**Экономика** предприятий торговли : учеб. пособие / Н. В. Максименко [и др.] ; под общ. ред. Н. В. Максименко, Е. Е. Шишковой. – Минск : Выш. шк., 2008.

**Экономика** предприятия : учеб. / под ред. О. И. Волкова. – М. : Инфра-М, 2001.

**Экономика** предприятия : учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева [и др.] ; под общ. ред. Л. Н. Нехорошевой. – Минск : БГЭУ, 2014. – 573 с.

**Экономика** предприятия отрасли : пособие / А. З. Коробкин [и др.]. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2005. – 180 с.

**Экономика** предприятия. Практикум : учеб. пособие / под ред. Э. В. Крум. – Минск : Изд-во Гревцова, 2009. – 360 с.

**Экономика** торговли : учеб. пособие / Н. С. Шелег [и др.]. – Минск : Выш. шк., 2012. – 559 с.

**Экономика** торгового предприятия : учеб. / А. И. Гребнев, Ю. К. Баженов, О. А. Габриэлян. – М. : Экономика, 1997.

**Экономический** анализ в торговле : учеб. пособие / под. ред. М. И. Баканова. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 400 с.

**Экономический** анализ в торговых организациях : учеб. пособие / О. В. Медведева [и др.]. – Ростов н/Д : Феникс, 2010. – 376 с.

## СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	3
Раздел I. ТОРГОВЛЯ И ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ.....	6
Тема 1. Торговля в системе национальной экономики .....	6
1.1. Понятие и значение торговли .....	6
1.2. Эволюция торгового предпринимательства.....	9
1.2.1. Возникновение обмена в каменном веке.....	10
1.2.2. Развитие торговли на Древнем Востоке .....	10
1.2.3. Торговля в Древней Греции и Древнем Риме .....	11
1.2.4. Торговля во времена крестовых походов. Левантская торговля .....	11
1.2.5. Торговля во времена великих географических открытий.....	12
1.2.6. Торговля в период перехода от феодализма к капитализму.....	12
1.2.7. Торговля в период монополистического капитализма.....	13
1.2.8. Торговля в XX в. ....	13
1.2.9. Торговля на современном этапе .....	14
1.3. Этапы развития национальной торговли .....	15
1.3.1. Торговля в Киевской Руси .....	15
1.3.2. Торговля в Московской Руси и Великом княжестве Литовском.....	17
1.3.3. Торговля в Российской империи .....	20
1.3.4. Торговля при социализме и современная торговля.....	21
1.4. Функции торговли .....	28
1.5. Формы и виды торговли.....	29
1.6. Экономические связи торговли с другими отраслями экономики .....	33
1.7. Государственное регулирование торговли.....	35
1.7.1. Понятие и виды государственного регулирования.....	35
1.7.2. Направления государственного регулирования торговли .....	37
1.7.3. Принципы государственного регулирования торговли .....	37
1.7.4. Меры и органы государственного регулирования торговли .....	38
1.7.5. Полномочия Президента и Совета Министров Республики Беларусь в области торговли .....	39
1.7.6. Полномочия Министерства антимонопольного регулирования и торговли по ее государственному регулированию.....	41

1.7.7. Полномочия местных органов власти в области торговли .....	42
1.7.8. Направления повышения эффективности государственного регулирования торговли.....	43
1.8. Состояние, основные тренды и перспективные направления развития торговли .....	44
1.9. Направления устойчивого развития торговли в рамках Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. ....	49
 Тема 2. Торговая организация и ее внешняя среда.....	52
2.1. Понятие организации торговли, ее основные черты .....	52
2.2. Классификация организаций торговли .....	53
2.3. Хозяйственно-правовые формы коммерческих организаций.....	56
2.4. Хозяйственно-правовые формы некоммерческих организаций .....	60
2.5. Характеристика внешней среды организации, ее виды и элементы .....	62
2.6. Показатели внешней среды организации. Методика их расчета .....	66
2.7. Денежные доходы населения – основа формирования покупательского спроса .....	70
2.8. Баланс денежных доходов и расходов населения.....	71
2.9. Товарные ресурсы – основа товарного предложения.....	75
2.10. Баланс товарных ресурсов .....	78
2.11. Конъюнктура потребительского рынка и методы ее исследования.....	80
 Тема 3. Внутренняя среда организации торговли.....	83
3.1. Понятие внутренней среды организации и ее структура .....	83
3.2. Экономический механизм функционирования организации.....	88
3.2.1. Понятие и виды экономического механизма .....	88
3.2.2. Экономические интересы и стимулы в организации .....	90
3.2.3. Коммерческий расчет, его принципы .....	91
3.2.4. Стратегия, планирование и прогнозирование деятельности организации .....	93
3.2.5. Структура управления организацией.....	98
3.3. Основные показатели, характеризующие внутреннюю среду организации .....	99

Раздел II. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ .....	100
Тема 4. Трудовые ресурсы и оплата труда в организациях торговли .....	100
4.1. Трудовые ресурсы организации .....	100
4.1.1. Сущность и особенности труда в торговле .....	100
4.1.2. Понятие и характеристика трудовых ресурсов .....	101
4.1.3. Структура трудовых ресурсов торговой организации .....	103
4.2. Производительность и эффективность труда в торговле .....	105
4.2.1. Понятие и методы измерения производительности труда .....	105
4.2.2. Эффективность труда в торговле. Система показателей оценки эффективности использования трудовых ресурсов .....	107
4.3. Оплата труда работников торговой организации .....	123
4.3.1. Понятие заработной платы, ее принципы и виды .....	123
4.3.2. Государственное регулирование оплаты труда в Республике Беларусь .....	126
4.3.3. Тарифная система оплаты труда .....	129
4.3.4. Последовательность формирования заработной платы работника .....	132
4.3.5. Формы и системы оплаты труда .....	133
4.3.6. Гибкие системы оплаты труда .....	140
4.3.7. Порядок премирования работников .....	142
4.3.8. Доплаты и надбавки, устанавливаемые работникам .....	144
4.4. Комплексный анализ состояния и эффективности использования трудовых ресурсов торговой организации .....	145
4.4.1. Цель, источники информации и последовательность анализа трудовых ресурсов .....	145
4.4.2. Оценка численности и состава кадров .....	147
4.4.3. Понятие, источники и состав фонда заработной платы .....	148
4.4.4. Оценка фонда заработной платы .....	149
4.4.5. Оценка производительности и эффективности труда .....	151
4.4.6. Оценка влияния отдельных факторов на изменение производительности труда. Резервы оптимизации трудовых ресурсов .....	151
4.5. Планирование показателей по труду и заработной плате .....	154
4.5.1. Планирование численности работников торговой организации .....	155
4.5.2. Планирование фонда заработной платы и других показателей по труду .....	156



Тема 5. Имущество организации. Материально-техническая база и эффективность ее использования.....	158
5.1. Понятие и структура имущества организации, его роль в повышении ее конкурентного статуса .....	158
5.2. Материально-техническая база организации торговли, ее значение и структура.....	160
5.3. Основные средства организации: сущность, классификация, формы учета .....	162
5.3.1. Сущность и критерии основных средств.....	162
5.3.2. Классификация основных средств .....	163
5.3.3. Формы учета и виды износа основных средств .....	165
5.4. Амортизация основных средств, характеристика методов амортизации .....	166
5.5. Методические подходы к анализу состояния и эффективности использования материально-технической базы организации торговли.....	171
5.5.1. Цель, источники информации и направления экономического анализа материально-технической базы организации .....	171
5.5.2. Оценка развития объектов торговли, состояния и динамики основных средств.....	172
5.5.3. Оценка эффективности использования материально-технической базы организации.....	173
5.5.4. Оценка влияния факторов на эффективность материально-технической базы. Направления повышения эффективности использования материально-технической базы организации .....	186
5.6. Современные направления перспективного развития материально-технической базы торговли. Определение потребности в расширении торговых площадей .....	187
Тема 6. Оборотные средства организации.....	189
6.1. Понятие и классификация оборотных средств .....	189
6.2. Состав и структура оборотных средств .....	191
6.3. Показатели экономической эффективности использования оборотных средств.....	192
6.4. Пути повышения эффективности использования оборотных средств .....	193

Раздел III. ТОВАРООБОРОТ ОРГАНИЗАЦИИ .....	194
Тема 7. Сущность и значение товарооборота. Анализ розничного товарооборота.....	194
7.1. Сущность и виды товарооборота. Розничный товарооборот: понятие, состав, классификация.....	194
7.2. Оптовый товарооборот: сущность, состав, классификация.....	197
7.3. Методика анализа розничного товарооборота.....	199
7.3.1. Цель, этапы и информационная база анализа розничного товарооборота.....	199
7.3.2. Показатели, необходимые для анализа розничного товарооборота.....	201
7.3.3. Анализ розничного товарооборота по общему объему.....	203
7.3.4. Анализ ассортиментной структуры розничного товарооборота.....	205
7.3.5. Оценка влияния факторов на изменение розничного товарооборота.....	206
7.3.6. Комплексный анализ розничного товарооборота, резервы и пути его роста.....	211
Тема 8. Планирование розничного товарооборота.....	213
8.1. Задачи, последовательность и информационная база планирования розничного товарооборота .....	213
8.2. Характеристика альтернативных подходов к обоснованию плана розничного товарооборота по общему объему .....	214
8.3. Особенности планирования объемов продаж по отдельным товарным группам.....	219
8.4. Распределение плана розничного товарооборота по торговым объектам и периодам года .....	221
Тема 9. Товарное обеспечение розничного товарооборота .....	223
9.1. Сущность, состав и классификация товарных запасов .....	223
9.2. Методика анализа товарных запасов .....	226
9.2.1. Цель, информационная база и направления анализа товарных запасов .....	226
9.2.2. Показатели состояния и эффективности использования товарных запасов .....	226
9.2.3. Анализ состояния товарных запасов.....	228
9.2.4. Анализ эффективности использования товарных запасов.....	230

9.3. Оценка поступления товаров в организации торговли .....	234
9.4. Методические подходы к расчету нормативов товарных запасов и их распределению по периодам года .....	234
9.4.1. Цель, значение и последовательность нормирования товарных запасов .....	234
9.4.2. Методы нормирования товарных запасов .....	235
9.4.3. Распределение норматива товарных запасов по кварталам года .....	238
9.5. Планирование поступления товаров .....	239
 Тема 10. Особенности анализа и планирования оптового товaroоборота и его товарного обеспечения.....	240
10.1. Особенности экономического анализа оптового товaroоборота по общему объему и структуре.....	240
10.2. Оценка факторов, воздействующих на оптовый товaroоборот и звенность товародвижения .....	244
10.3. Особенности анализа товарных запасов и поступления товаров в организации оптовой торговли.....	248
10.4. Методические подходы к расчету плана оптового товaroоборота и звенности товародвижения .....	251
10.5. Планирование товарных запасов и поступления товаров.....	257
 Список рекомендуемой литературы .....	260

Учебное издание

**Сыроед** Тамара Николаевна  
**Коробкин** Анатолий Зиновьевич  
**Сныткова** Наталья Александровна

## **ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ**

**Пособие**  
для реализации содержания образовательных программ  
высшего образования I ступени и переподготовки  
руководящих работников и специалистов

**В двух частях**

**Часть 1**

2-е издание, исправленное

Редактор Т. В. Гавриленко  
Компьютерная верстка Л. Ф. Барановская

Подписано в печать 01.06.18. Формат 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Бумага типографская № 1. Гарнитура Таймс. Ризография.  
Усл. печ. л. 16,04. Уч.-изд. л. 14,03. Тираж 85 экз.  
Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:  
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/138 от 08.01.2014.  
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.  
<http://www.i-bteu.by>

**БЕЛКООПСОЮЗ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

**Т. Н. СЫРОЕД  
А. З. КОРОБКИН  
Н. А. СНЫТКОВА**

# **ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ**

**Пособие  
для реализации содержания образовательных программ  
высшего образования I ступени и переподготовки  
руководящих работников и специалистов**

**В двух частях**

**Часть 1**

Под общей редакцией А. З. Коробкина

2-е издание, исправленное

Гомель 2018